

×


- 联 合 发 布 -

2020
Q4中国物流市场价格与全年发展动态报告

- 商业与供应链动态
- 物流行业发展
- 2020Q4 物流资源价格分析

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com



报告联合声明

《中国物流市场价格和发展动态报告》由联想物流和罗戈研究联合撰写并发布。

报告数据主要来源于联想大数据情报体系。联想大数据情报体系基于大量的调研及社会化数据，鉴于样本覆盖的局限性，仅供行业&企业参考，不建议直接用于指导招投标或企业内部生产管理等。



想乐送，联想中国物流品牌，致力于打造共享、共生、共赢的智慧物流生态资源平台



罗戈研究，致力于为供应链与物流领域企业提供有深度的研究与咨询服务

//编委会成员//

杨　　鹤 | 联想中国区物流总监

唐 文 全 | 联想中国区物流高级经理

吴　　琨 | 联想中国区物流高级经理

联系方式 | *zongsy@lenovo.com*

潘 永 刚 | 罗戈研究院长

余 少 雯 | 罗戈研究总监

李 文 瑾 | 咨询顾问

郑 晓 强 | 咨询顾问

联系方式 | *zhengxq@logclub.com*

CONTENTS

目 录



商业&供应链动态

- 经济运行
- 商业发展
- 供应链发展

Part 1



物流行业发展

- 运行数据
- 物流政策
- 行业动态

Part 2



Q4物流资源价格分析

- 仓储价格水平
- 干线价格水平
- 配送价格水平

Part 3

想乐送 × LOGResearch 罗戈研究

联天下 想必达

CONTENTS

目 录



商业&供应链动态

- 经济运行
- 商业发展
- 供应链发展

Part 1



物流行业发展

- 运行数据
- 物流政策
- 行业动态

Part 2



Q4物流资源价格分析

- 仓储价格水平
- 干线价格水平
- 配送价格水平

Part 3



经济运行

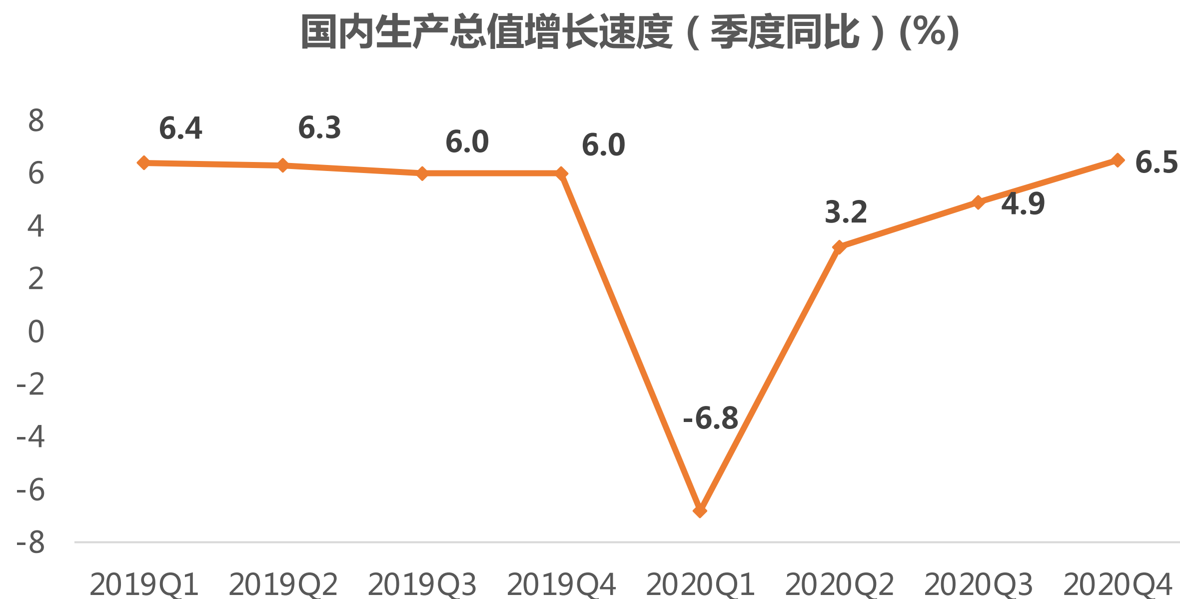
- 经济运行数据
- 消费相关指标表现

2020年GDP总量突破100万亿元，四季度增长6.5%

2020年全年国内生产总值1015986亿元，按可比价格计算，比上年增长2.3%。

分季度看，一季度同比下降6.8%，二季度增长3.2%，三季度增长4.9%，四季度增长6.5%。

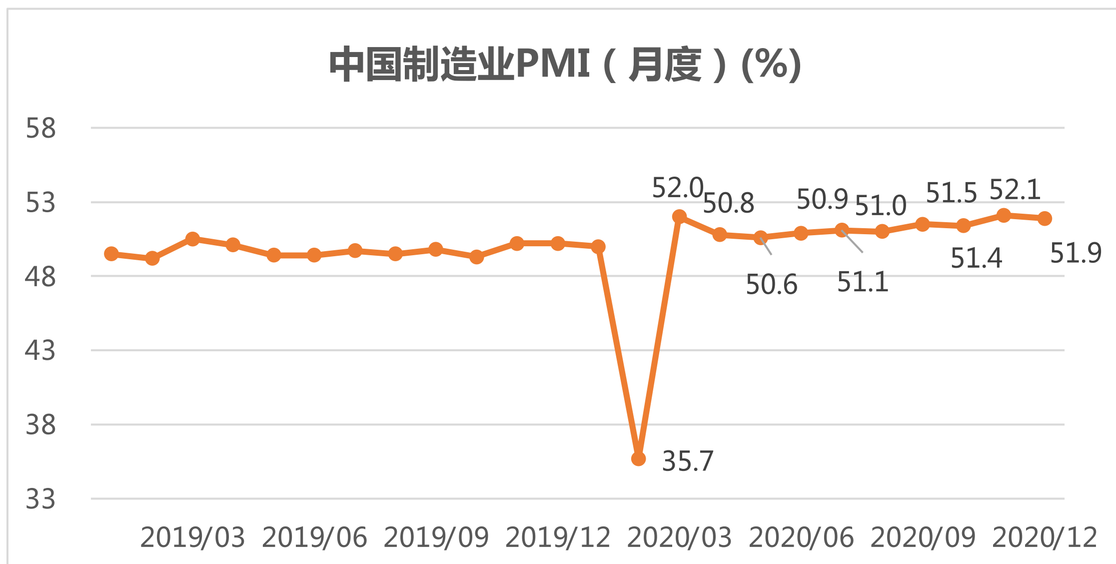
分产业看，第一产业增加值77754亿元，比上年增长3.0%；第二产业增加值384255亿元，增长2.6%；第三产业增加值553977亿元，增长2.1%。



数据来源：国家统计局

制造业PMI：经济复苏势头增强，整体运行稳中向好

2020年12月份中国制造业采购经理指数（PMI）为51.9%，比上月下降0.2个百分点。虽略有回落，但仅比上月的年内高点低0.2个百分点，制造业总体保持稳步恢复的良好势头，景气度处于年内较高水平。



指标	指数	较上月	解读
生产指数	54.2%	-0.50%	连续10个月稳定在53%以上，保持年内次高水平，表明市场供给持续稳中有升。
新订单指数	53.6%	-0.3%	消费品行业新订单指数较上月下降3.3个百分点，而制造业新订单指数仅下降0.3个百分点，仍保持在53.6%的年内次高水平。
采购量指数	53.2%	-0.5%	企业国内外原材料采购量都有所增长

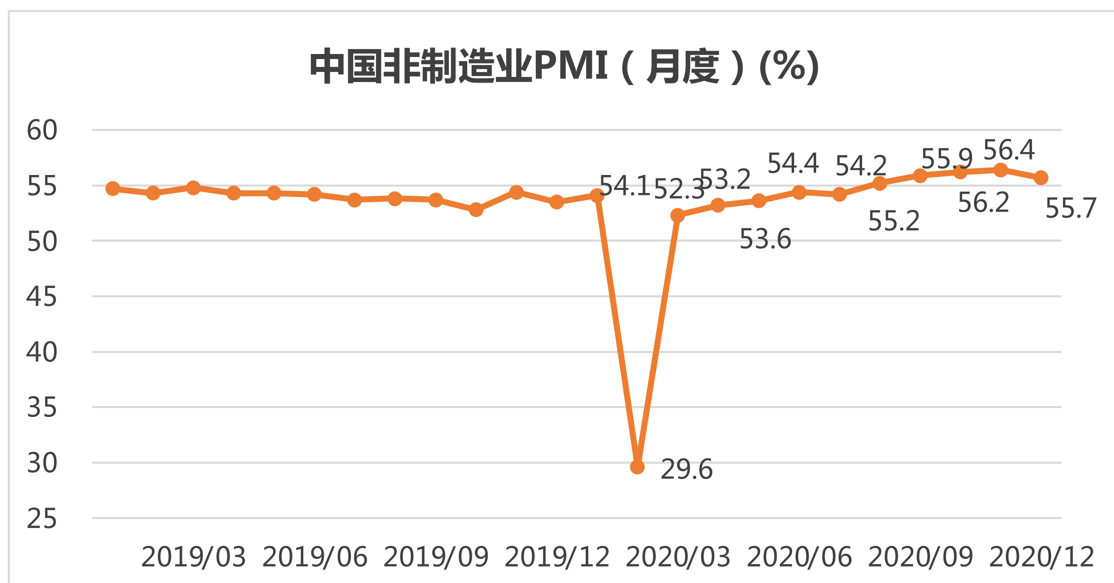
➢ 从全年制造业PMI走势来看，年初的新冠肺炎疫情给经济带来巨大冲击，随着党中央国务院统筹推进疫情防控和经济社会发展效果持续显现，从二季度开始，经济进入稳定复苏阶段，目前已基本回归常态化运行，供需两端稳中有增发展，产业结构趋于优化，为2021年经济全面回升奠定较好基础,。综合来看，2020年经济复苏势头持续向好发展。

数据来源：国家统计局

想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

非制造业PMI：市场供需持续上升，经济复苏基础更为坚实

2020年12月份中国非制造业商务活动指数为55.7%,环比下降0.7个百分点。虽小幅下降，但仍保持在55.7%的较高水平，连续5个月运行在55%以上。从四季度来看，非制造业整体恢复力度有所增强，为明年经济运行奠定较好基础。表现在：市场经营逐季加快恢复，需求保持稳定，就业有所改善，销售价格有所上升。



	指标	指数	较上月	建筑业	服务业
新订单指数环比下降	新订单指数	51.90%	-0.90%	55.80%	51.20%
投入品价格指数环比上升	投入品价格指数	54.30%	1.60%	61.20%	53.10%
销售价格指数环比上升	销售价格指数	52.30%	1.30%	54.00%	52.00%
从业人员小幅下降	从业人员指数	48.70%	-0.20%	52.70%	48.00%
业务活动预期指数环比下降	业务活动预期指数	60.60%	-0.60%	63.50%	60.10%

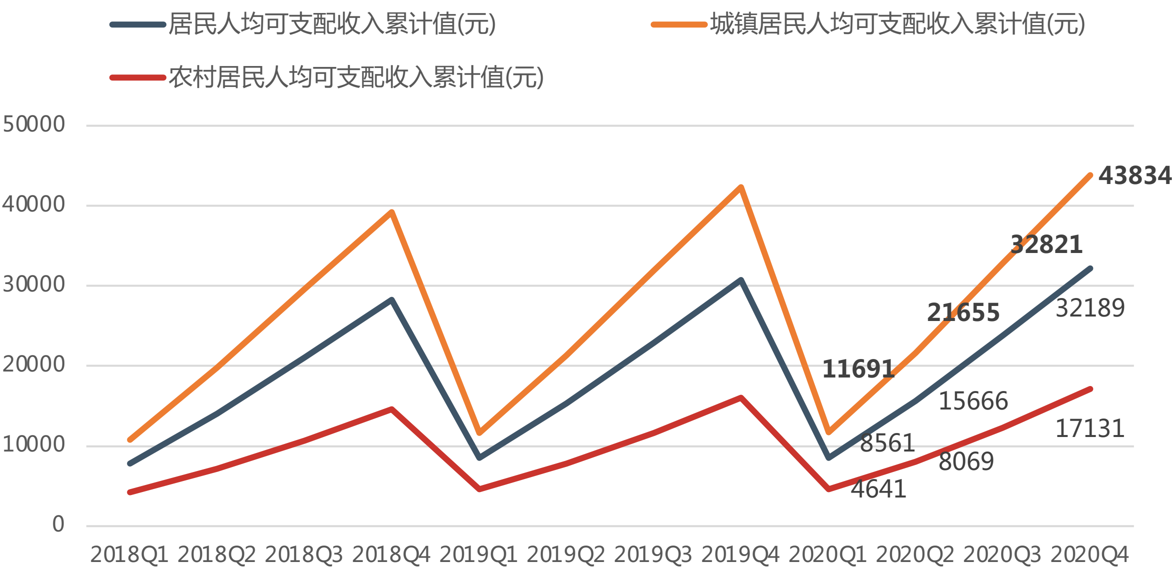
- 总体来看，12月非制造业增速稍有放缓，但并未改变继续加快恢复的增长态势，为明年经济继续趋稳向好奠定了较好基础。展望明年，在政府相关政策和专项债资金的支持下，投资有望继续稳定恢复；金融对实体经济的支持力度也将继续加大；在疫情影响下，服务消费或将有所波动。但在防控措施常态化的情况下，疫情对经济的影响整体可控，整体消费回暖仍可期待。

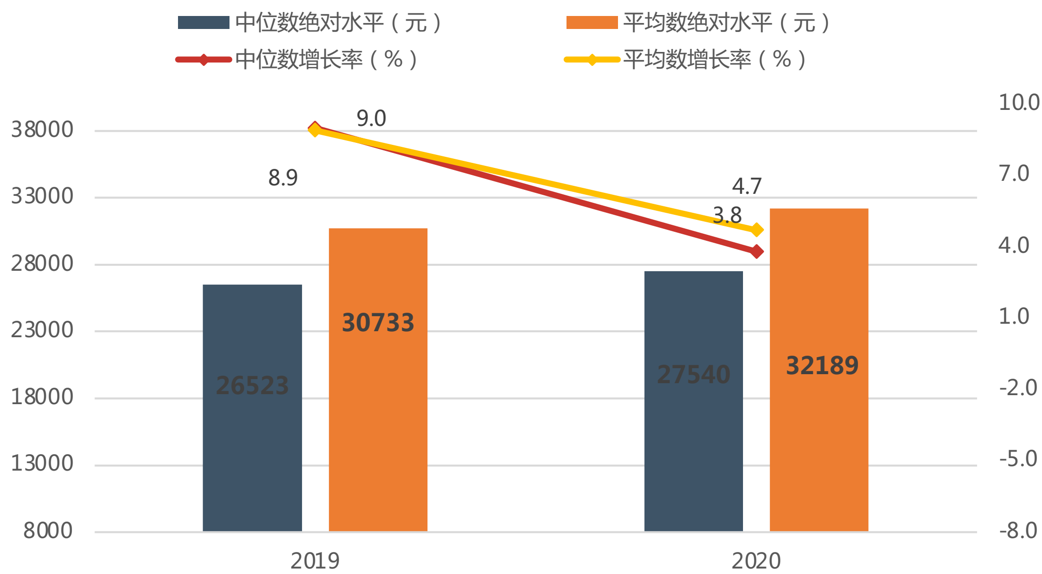
数据来源：国家统计局

居民收入与经济增长基本同步，城乡居民人均收入比2010年翻一番目标如期实现

2020年，全国居民人均可支配收入32189元，比上年名义增长4.7%，扣除价格因素，实际增长2.1%。

其中，城镇居民人均可支配收入43834元，增长（以下如无特别说明，均为同比名义增速）3.5%，扣除价格因素，实际增长1.2%；农村居民人均可支配收入17131元，增长6.9%，扣除价格因素，实际增长3.8%。





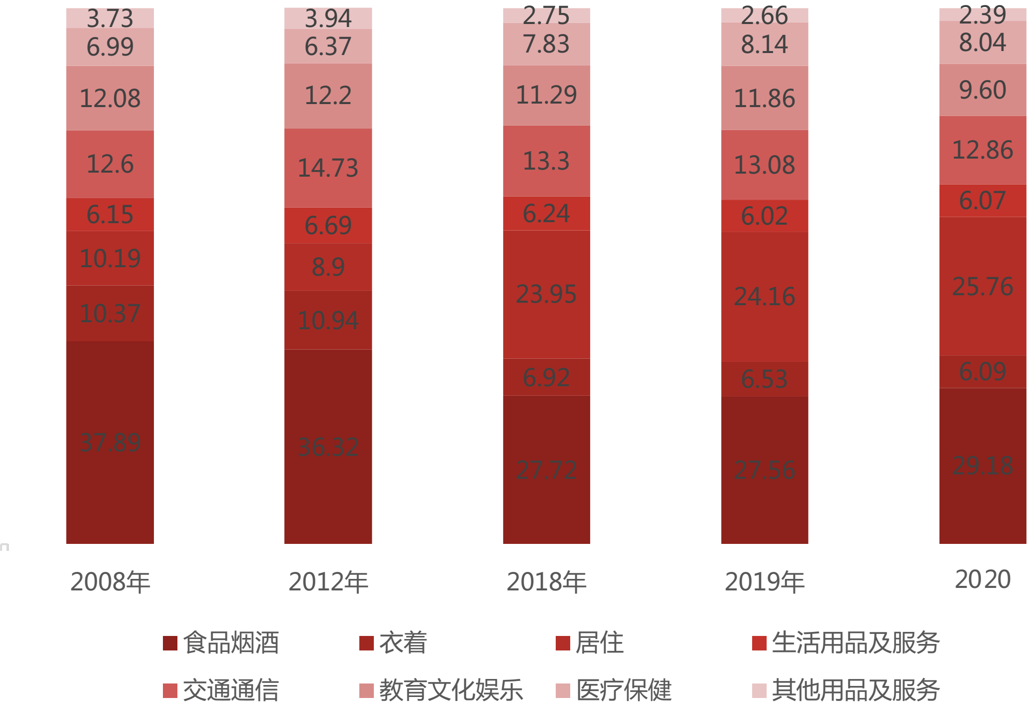
按收入来源分	人均工资性收入：17917元 增长4.3%，占比55.7%	人均经营净收入：5307元 增长1.1%，占比16.5%	人均财产净收入：2791元,增长6.6%,占比8.7%	人均转移净收入：6173元 增长8.7%，占比19.2%

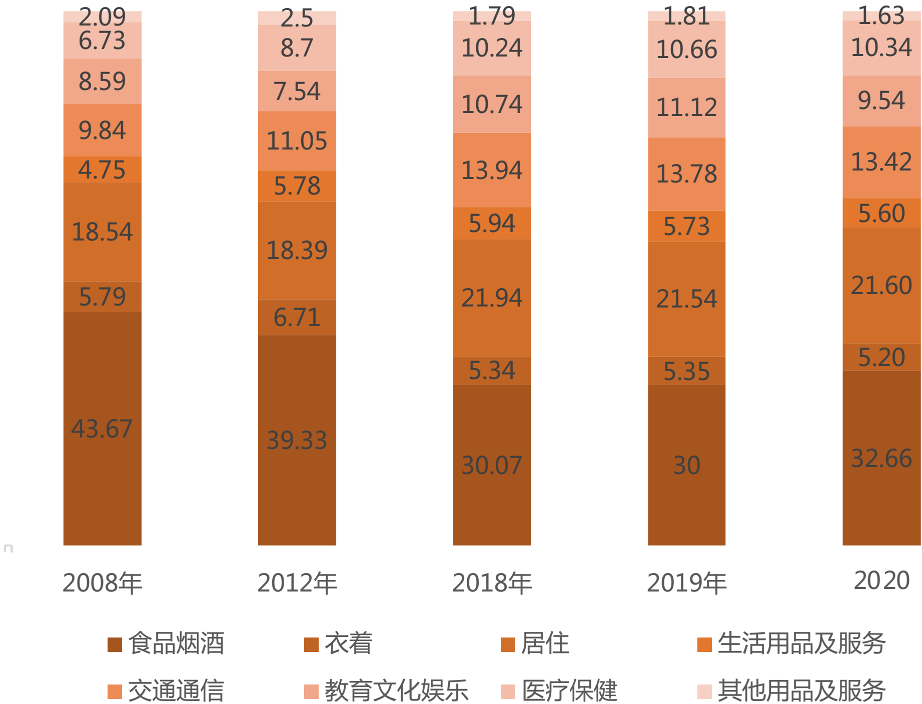
数据来源：国家统计局　　备注：人均可支配收入增速如无特别说明，均为同比名义增长

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

居民消费支出稳步恢复，基本民生支出稳定增长。

2020年，全国居民人均消费支出21210元，比上年名义下降1.6%，扣除价格因素，实际下降4.0%。
其中，城镇居民人均消费支出27007元，下降3.8%，扣除价格因素，实际下降6.0%；
农村居民人均消费支出13713元，增长2.9%，扣除价格因素，实际下降0.1%。





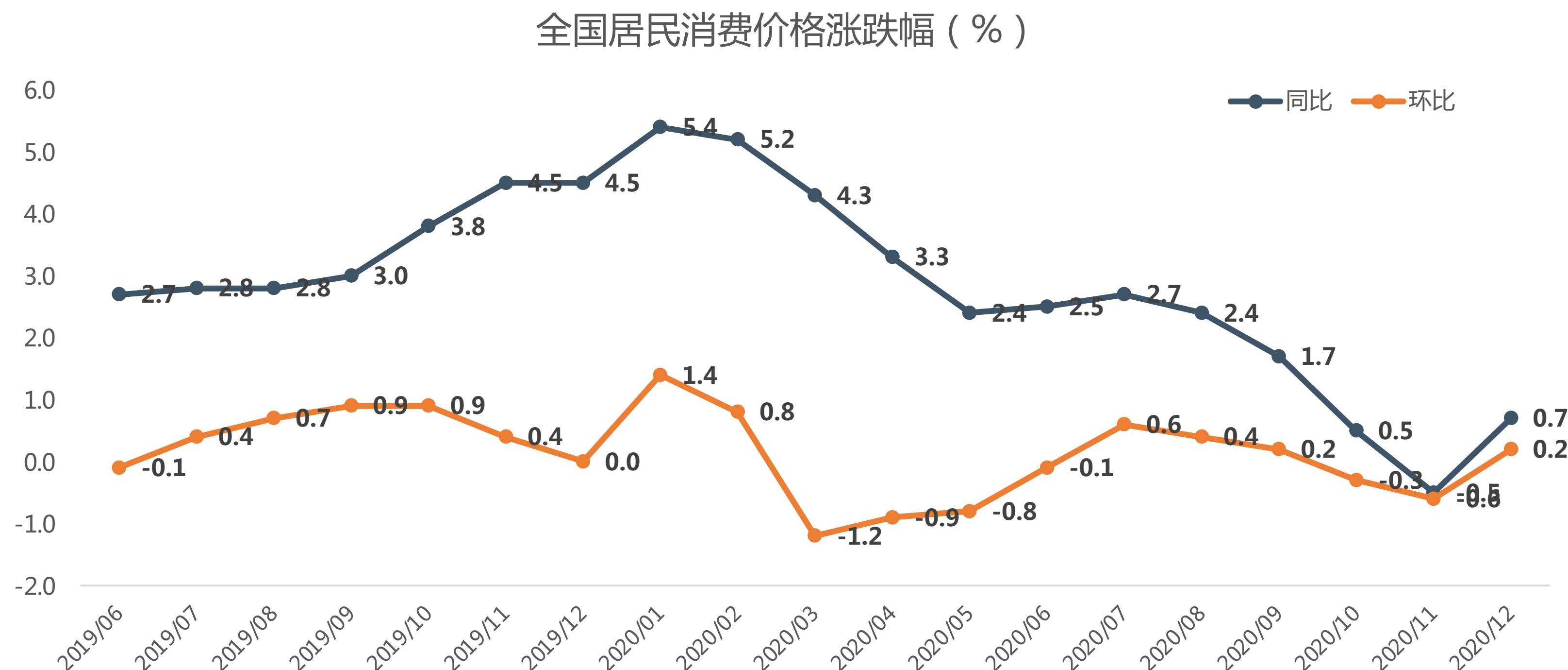
数据来源：国家统计局

2020年全国居民消费价格比上年上涨2.5%，市场供需状况总体稳定

2020年全年，全国居民消费价格比上年上涨2.5%。

2020年12月份，全国居民消费价格同比上涨0.2%。其中，城市上涨0.2%，农村上涨0.2%；食品价格上涨1.2%，非食品价格持平；消费品价格上涨0.2%，服务价格上涨0.3%。

12月份，全国居民消费价格环比上涨0.7%。其中，城市上涨0.7%，农村上涨0.9%；食品价格上涨2.8%，非食品价格上涨0.1%；消费品价格上涨1.2%，服务价格持平。

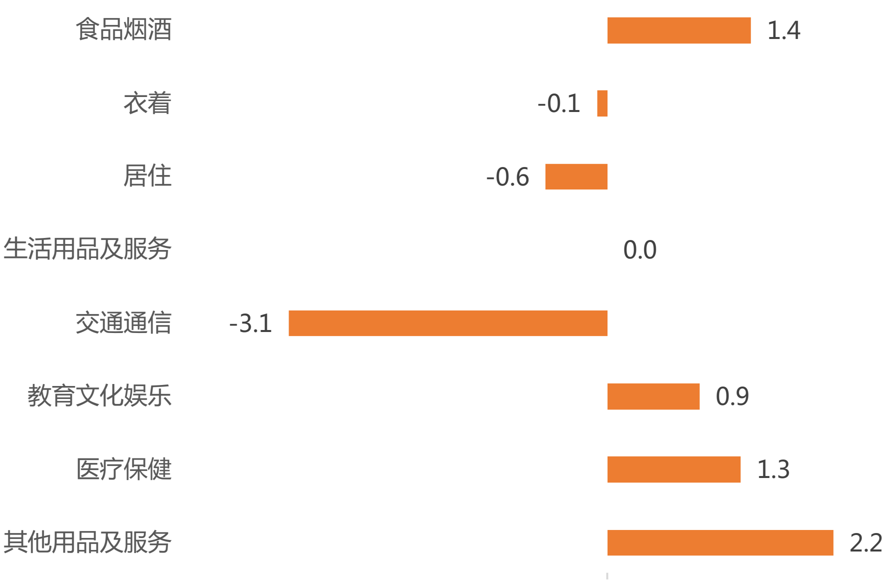


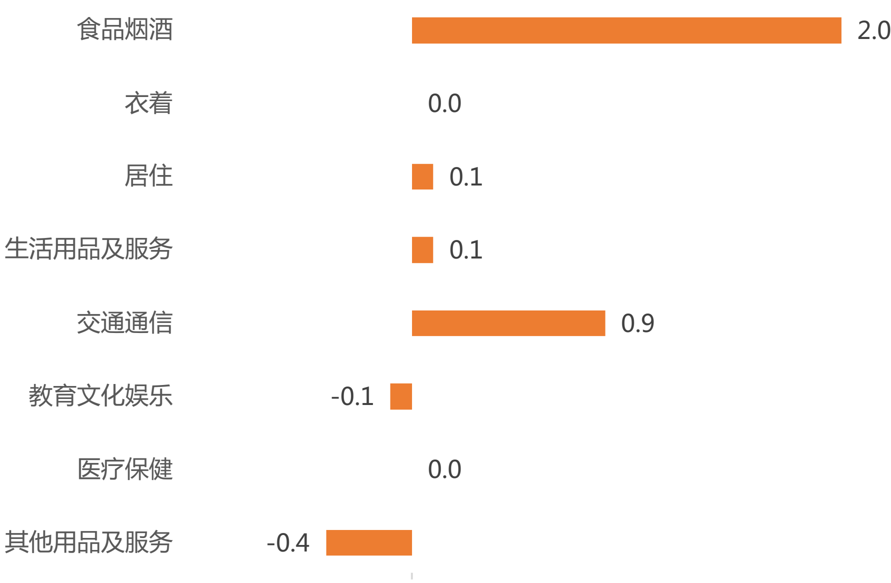
更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

其中12月份食品烟酒类价格同比上涨1.4%，其他七大类价格三涨一平三降

12月份，食品烟酒类价格同比上涨1.4%。食品中，鲜菜价格上涨6.5%，影响CPI上涨约0.17个百分点；鲜果价格上涨6.5%，影响CPI上涨约0.11个百分点；水产品价格上涨1.7%，影响CPI上涨约0.03个百分点；畜肉类价格上涨0.6%，影响CPI上涨约0.04个百分点。

其他七大类价格三涨一平三降。其中，其他用品和服务、医疗保健、教育文化和娱乐价格分别上涨2.2%、1.3%和0.9%；生活用品及服务价格持平；交通和通信、居住、衣着价格分别下降3.1%、0.6%和0.1%。

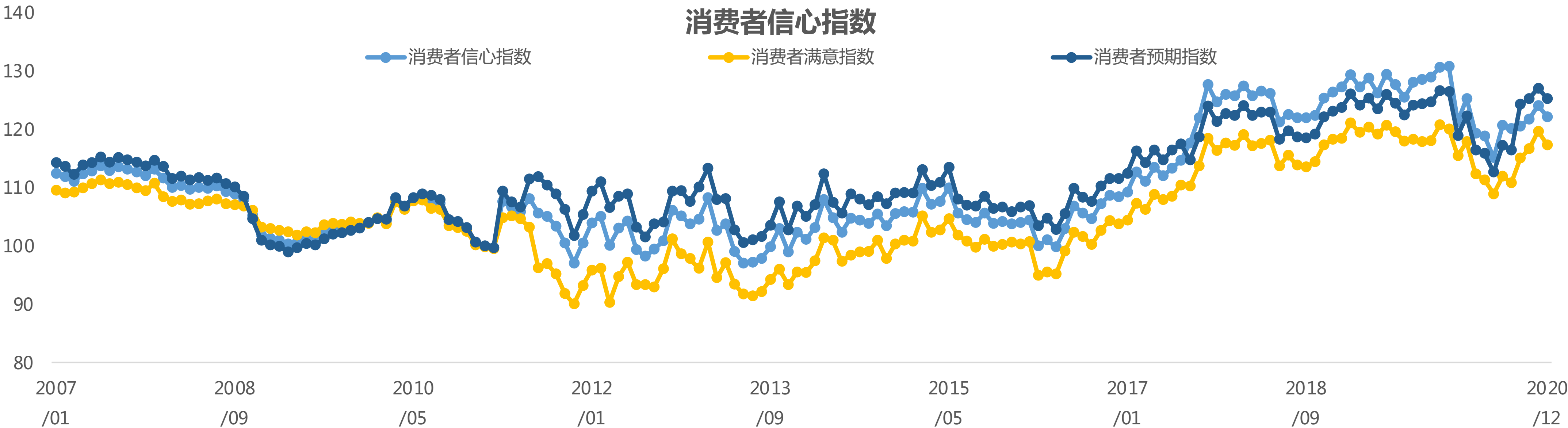




数据来源：国家统计局

想乐人 × LOGResearch 罗戈研究

消费者信心指数缓慢回升



日期	2020.01	2020.02	2020.03	2020.04	2020.05	2020.06	2020.07	2020.08	2020.09	2020.1	2020.11	2020.12
消费者预期指数	130.7	121.2	125.2	119.3	118.8	115.1	120.6	120.1	124.2	125.2	127	125.2
消费者满意指数	120	115.4	117.8	112.3	111.3	108.9	111.9	110.8	115	116.6	119.6	117.3
消费者信心指数	126.4	118.9	122.2	116.4	115.8	112.6	117.2	116.4	120.5	121.7	124	122.1

数据来源：国家统计局

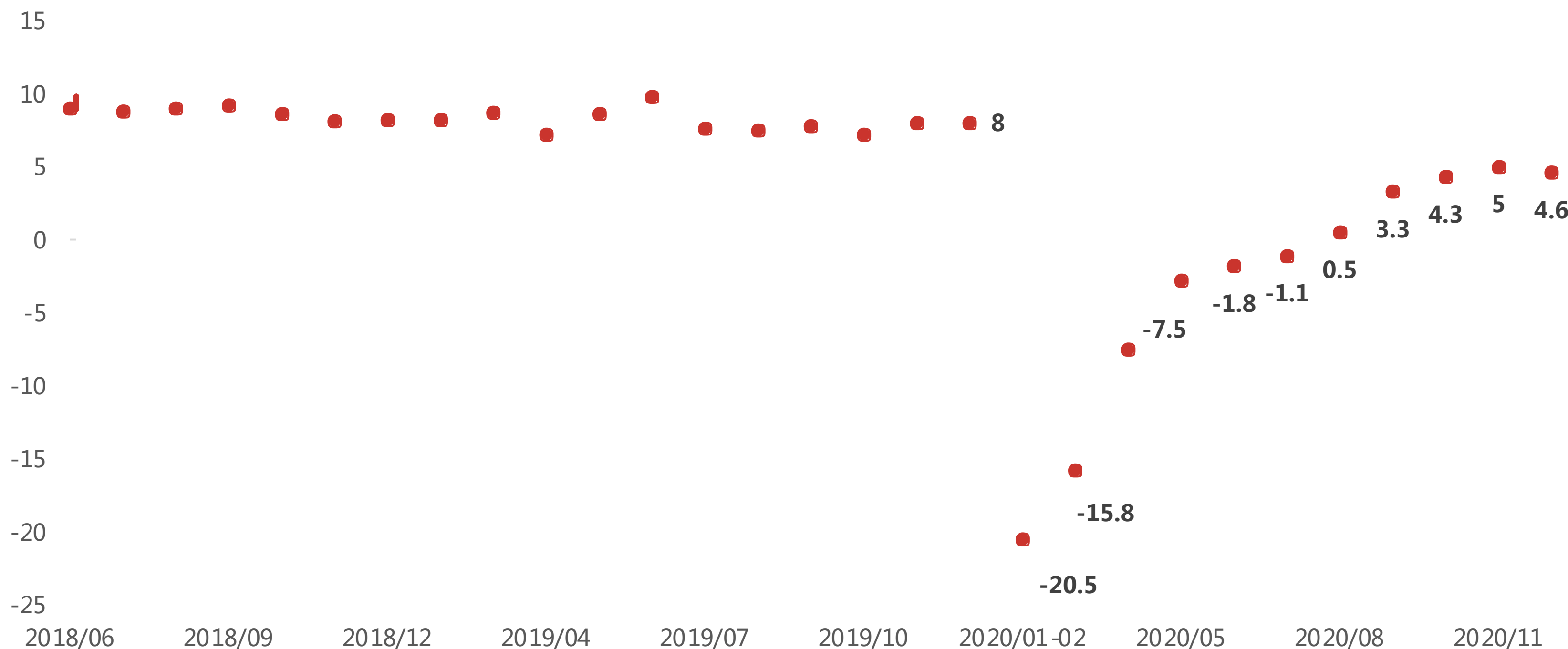
更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

想乐族 联天下 想必达 × LOG Research 罗戈研究

2020年社会消费品零售总额39.2万亿元，消费仍然是经济稳定运行的“压舱石”

2020年，社会消费品零售总额391981亿元，比上年下降3.9%。其中，除汽车以外的消费品零售额352566亿元，下降4.1%。实物商品网上零售额同比增长14.8%，连续8年成为全球第一大网络零售市场。

12月份，社会消费品零售总额40566亿元，同比增长4.6%，增速比上月回落0.4个百分点。其中，除汽车以外的消费品零售额35695亿元，增长4.4%。

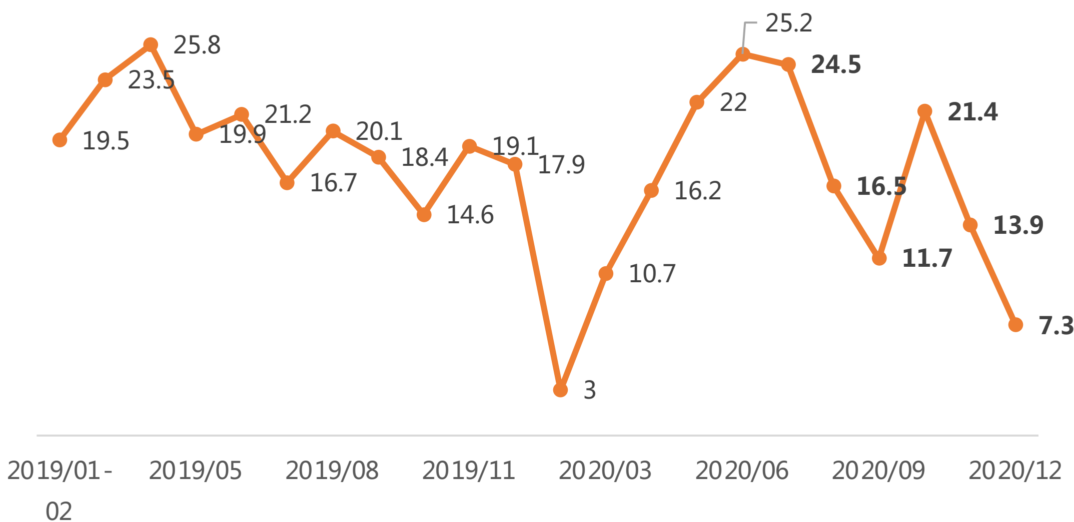


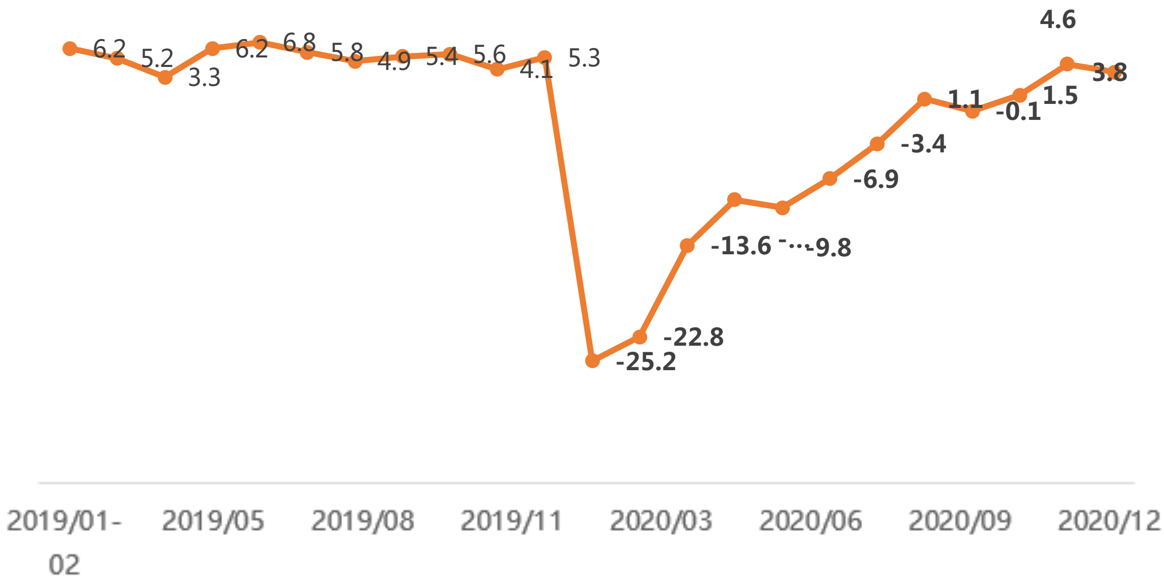
数据来源：国家统计局

网上消费保持较快增长势头，网下实体店消费持续恢复

2020年，网上实物商品零售额实现97590亿元，同比增长14.8%，增速较1-11月份放缓0.9个百分点，占社会消费品零售总额的比重为24.9%。其中，12月份网上实物商品零售额增长7.3%，增速环比放缓6.6个百分点，低于上年同期10.6个百分点。

根据测算，2020年实体店消费品零售额同比下降8.8%，降幅较1-11月份收窄1.3个百分点。其中，12月份同比增长3.8%，增速环比提高2.3个百分点。





数据来源：中华全国商业信息中心



商业发展

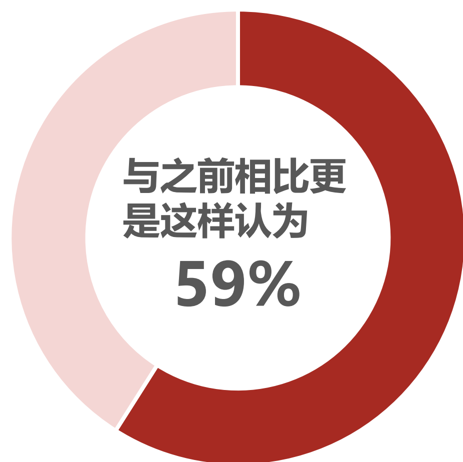
- 新消费
- 新渠道
- 新品牌

疫情影响居民消费理念，加速线上经济发展

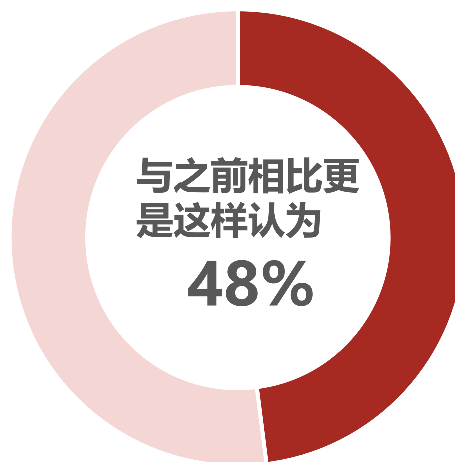
2020年新冠疫情进一步深化线上/数字经济渗透率，同时对居民消费理念及行为带来一定影响。

据第三方机构市场调研反映，疫情影响之下，消费心理、消费行为与消费环境互相影响、错综复杂，单一化的消费数据已经无法支撑企业和品牌对行业发展趋势的全面解读和呈现。企业和品牌需要更多样化的数据与研究方法，帮助洞察消费、研判市场方向。

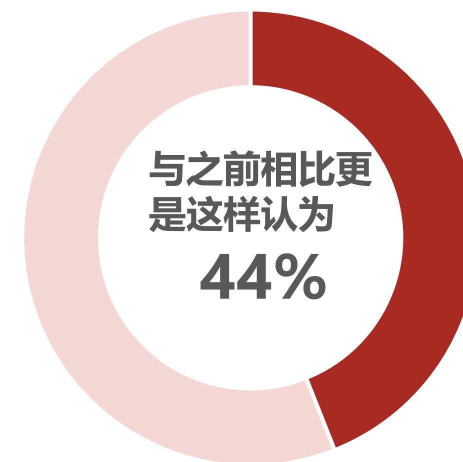
会仔细考量自己是否真的需要该商品的行为增加了



购物速度越来越快了



在广告和折扣的影响下，开始注意不要冲动消费

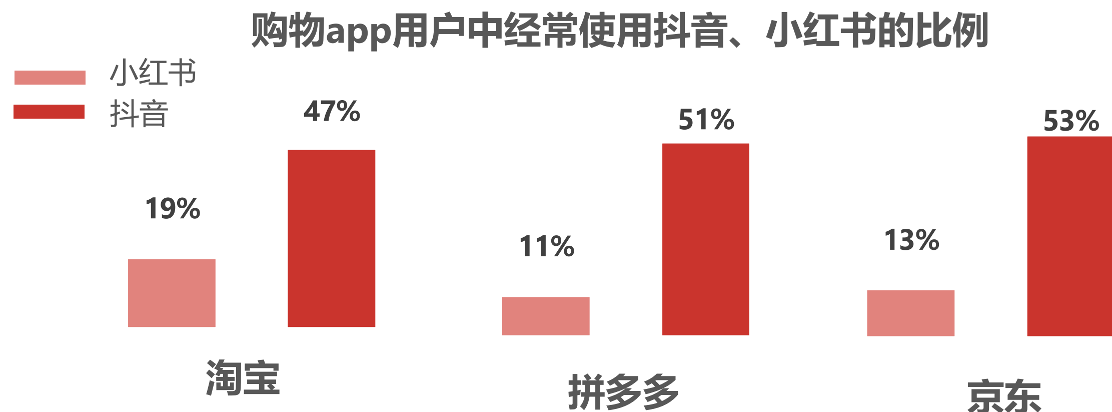


数据来源：博客堂《消费晴雨表调研》

消费方式趋于多元化与数字化闭环

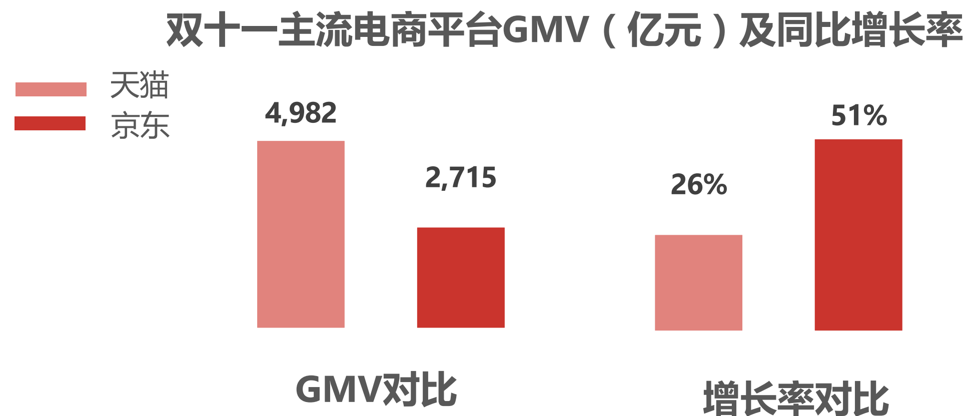
2020年消费品市场风起云涌，尽管线下依然是主战场，但万物的“线上化”趋势也不可阻挡。受新冠肺炎疫情的直接影响，人、货、场的现状均有不同程度改变程加速，形成了新的消费与购物方式，即先种草，再拔草，形成线上闭环。

种草代表兴趣



随着内容渠道如图文、直播、短视频平台等蓬勃发展，如今既是消费者自身的感受，也是品牌方主动策划的结果。

拔草代表交易



内容渠道和电商渠道的各自成长与协同联动使得消费者的“拔草”即购买行为愈发顺畅，并与“种草”的关系愈发紧密，形成新的闭环。

数据来源：青山资本

想乐送 × LOG Research 罗戈研究

消费需求逢迎电商大促，带来线上销售爆发与渗透率进一步提升

2020年实物商品网上零售额9.76万亿元，增长14.8%，占社会消费品零售总额的比重为**24.9%**

2020年618

全网GMV创新高

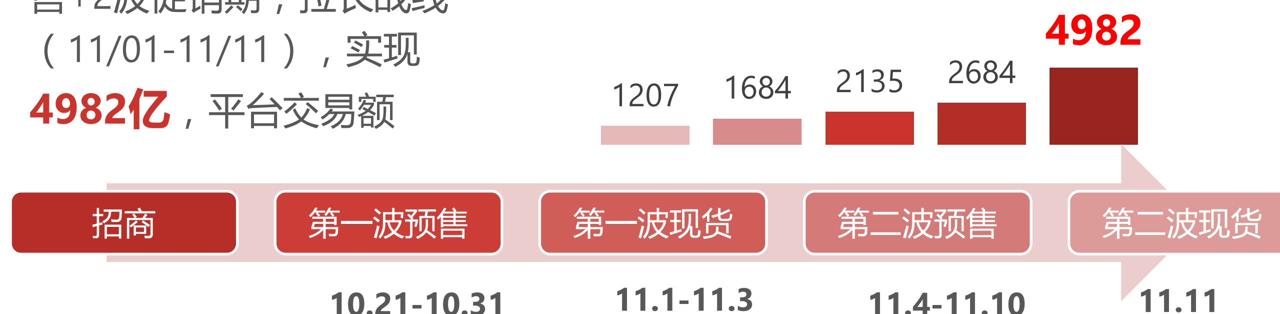
- 根据星图数据，618期间（6月1日至6月18日）全网GMV **4573.3亿元**，同比增长**43.78%**，进一步推高电商增速及渗透率。
- 根据国家统计局，1-2月、3月、4月、5月实物商品网上零售额增速分别为3.05%、6.28%、17.11%、23.24%，2020年

快递行业增速回升

- 根据国家邮政局，618期间全国快递业务量**46.78亿件**，同比增长**48.66%**。
- 行业增速持续走高，5月和618期间行业增速时隔40个月再次回升至40%以上（1月和2月增速综合观察）。

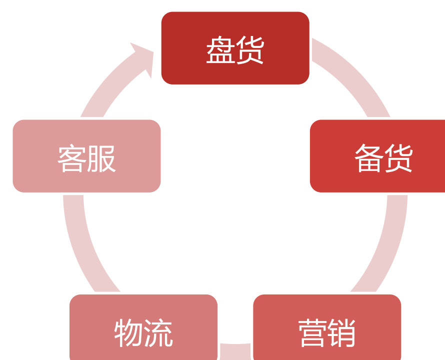
2020年双十一

2020年的双十，天猫通过预售+2波促销期，拉长战线（11/01-11/11），实现**4982亿**，平台交易额



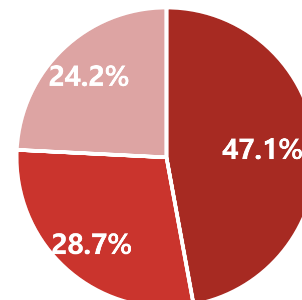
商家侧

预售有助于商家进行更理性的盘货备货准备以及各环节的优化



消费者侧

带来多样化购物体验



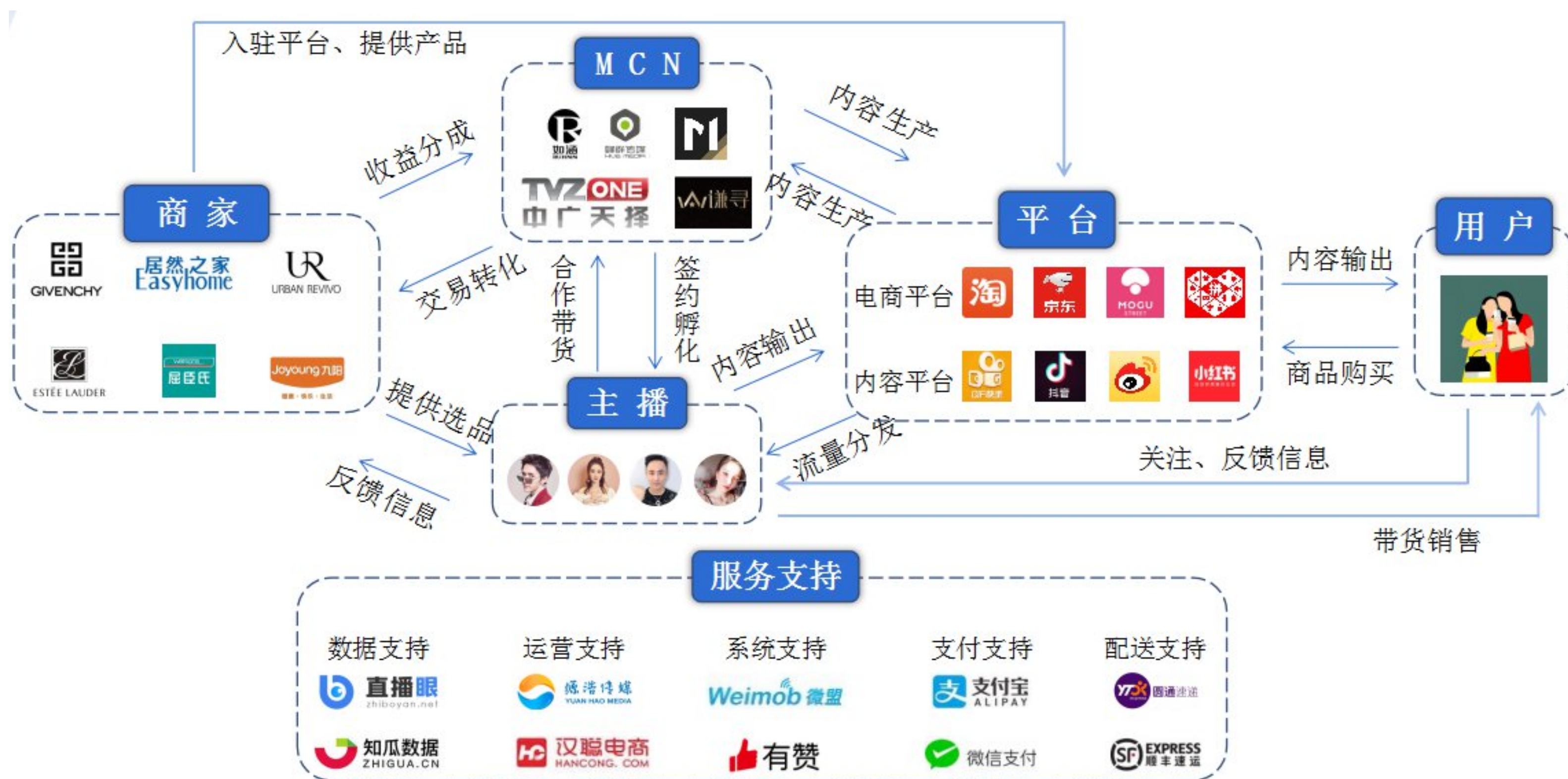
数据来源：星图、艾瑞咨询

直播成为广域电商平台进攻下沉市场的新玩法

阿里：2020年3月16日，聚划算上线官方直播，依托淘宝直播的流量优势为商家提供全链路营销解决方案，首播当日观看人数达217万。2020年618期间，阿里将上线淘宝特价版直播，主推C2M货品，打造全球首个工厂直播平台。

京东：京东主站和京喜都给予直播APP首页一级资源位，吸引流量。京喜直播主打工厂直供模式，直播方式更为多样化，针对不同类型商家提出四种直播方式，京喜还首创“直播小店”，帮助线下商家快速通过直播卖货。

拼多多：2020年1月，拼多多上线多多直播，拼多多以商家带货为主。2020年8月拼多多联合国美电器直播探店 单店销售额超200万元。



资料来源：中商产业

渠道变新构建私域流量，从电商平台向微信端迁移，引起熟客-裂变拉新-沉淀数据



门店获客

- 门店接触顾客，成为好友
- 线上销售，线下订单处理

朋友圈广告加粉+小程序直购

朋友圈广告+公众号

- 聚焦特定圈层，定向优化广告素材
- 跳转公众号，内容运营沉淀品牌用户

朋友圈广告+小程序

- 图片突出包邮、领券立减吸引点击量
- 登录小程序领券促进转化

微信个人号

- 统一真实形象提升信任
- 精准人设满足客户需求，带动业务增长
- 用户分销，差异化展示朋友圈内容
- 情感经营，特殊节点情感关怀

微信社群

- 宠粉福利：秒杀活动、抽奖等
- 干货分享
- 新品发布
- 每日话题引起讨论

直播获客

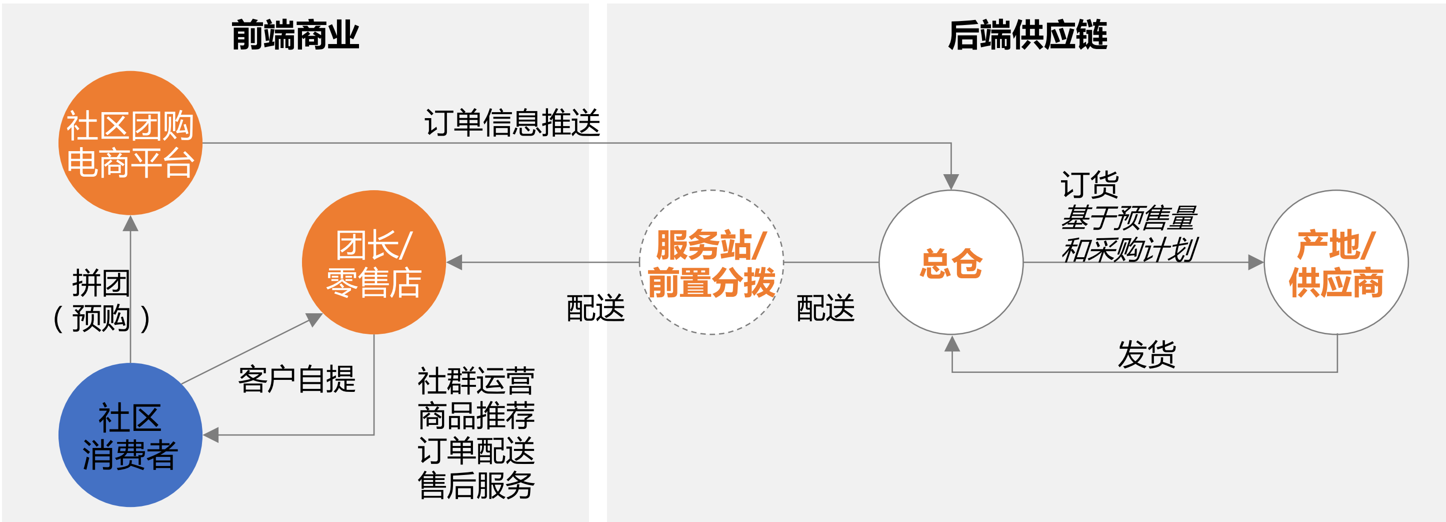
- 直播参加电商平台同品类活动
- 微信小程序主会场连麦多家直播分会场
- 微信小程序直播品牌连麦

围绕用户的本地生活服务兴起，社区团购爆发

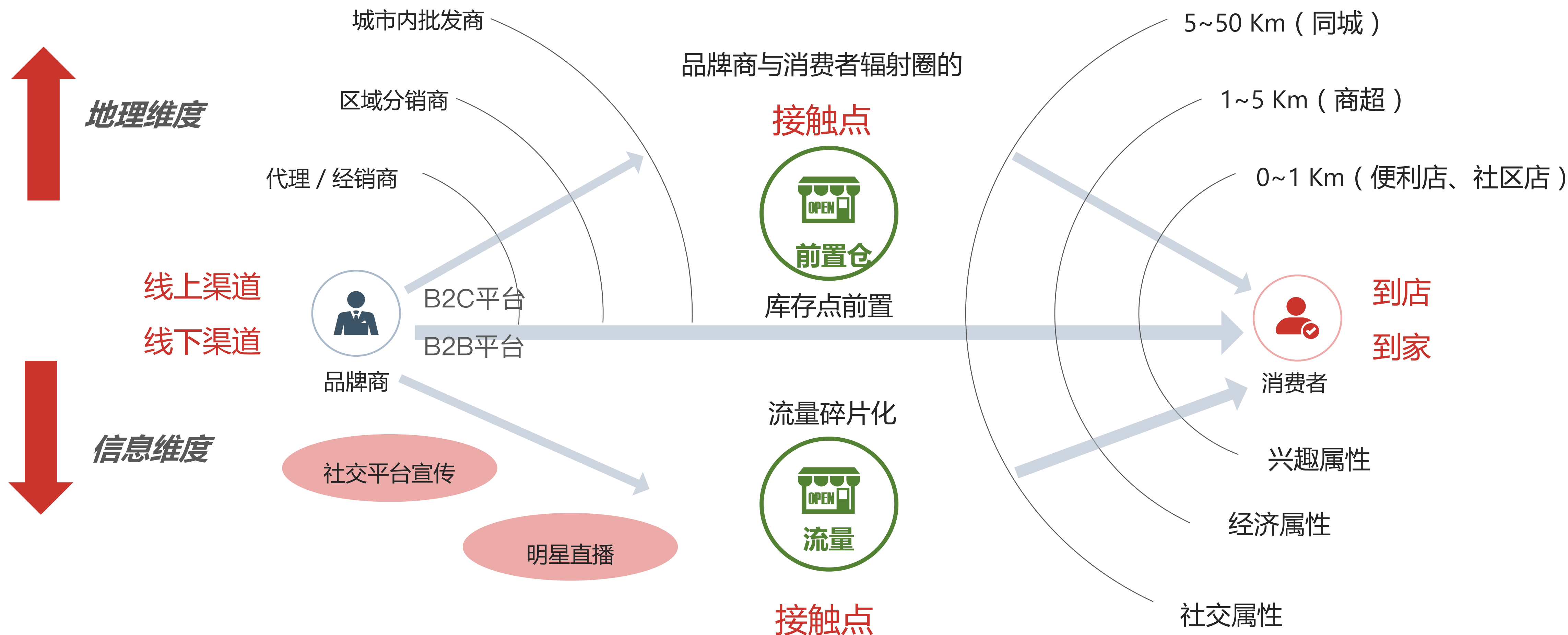
头部企业纷纷布局社区团购

Alibaba Group 阿里巴巴集团	拼多多	美团	滴滴
内部赛马机制，并趋于整合外部投资团购平台 盒马 鲜·美·生活；饿了么；CAINIAO 菜鸟驿站；十荟团 NICE TUAN（2020年1月投资）	2020年7月组建多多买菜（首个线下项目），10亿补贴争抢团长 多多买菜	2020年7月成立“优选事业部”，8月再调生鲜业务高层架构 美团优选 BD端	内部孵化项目，2020年3月上线，快速扩张 橙心优选 滴滴旗下

社区团购供应链模型



基于用户服务半径，整合线下资源，进行用户维护与销售



新品牌层出，以差异化产品及定位及数字化渠道，快速建立认知、进入市场

- 从用户需求出发，再成熟垂类产品市场重塑产品，解决用户痛点。
- 洞察极致细分品类，挖掘新消费需求打造全新消费品类。

PERFECT DIARY 完美日记

定位国货美妆

完美日记从开始就定位于国货美妆，通过大量营销投入，利用社交玩法快速提升完美日记的品牌知名度和流量。



新茶饮

喜茶是典型的被新消费捧红的新茶饮代表。从品类上看，喜茶目前已经做了很多品类延伸。比如主业茶饮板块之外，喜茶也在向零售化的道路迈进。目前喜茶在一线/新一线城市覆盖率已经达到了90%。

美状类

玩具类

茶饮类

零食类

POP MART 泡泡玛特

关注核心群体Z世代

有相关预测，Z时代到2020年将占据整体消费力的40%。泡泡玛特利用年轻人对于盲盒的热爱主攻盲盒市场，2020今年6月末，泡泡玛特盲盒产品销售收益达6.887亿元，占同期营收的84.2%。

有味道的 钟薛高 Chicecream

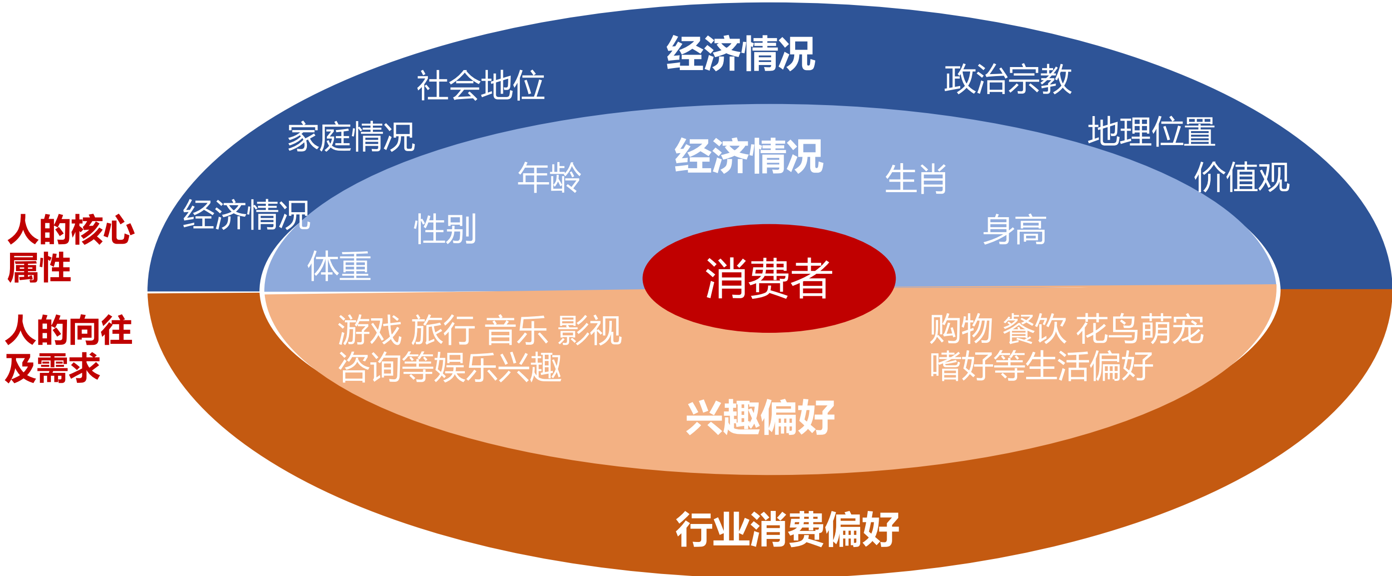
打造网红雪糕

钟薛高主攻线上渠道，其上线仅半年，邀请了一堆KOL和社会名流去试吃，在各社交媒体引起诸多KOL自发推荐；今年双11，钟薛高获得2020年天猫双十一冰品类目销售额NO.1。双十一期间，钟薛高销量TOP3城市分别为北京、上海、深圳。

通过场景打造，以用户为中心，提升消费体验与消费转化

新兴的消费品牌除了提供品质更好的产品外，新构建的能力壁垒还有来自服务体验的创新。

消费者形成立体画像，提供精细化服务



综合人口学、社会学理论知识及业界标签分类体系：

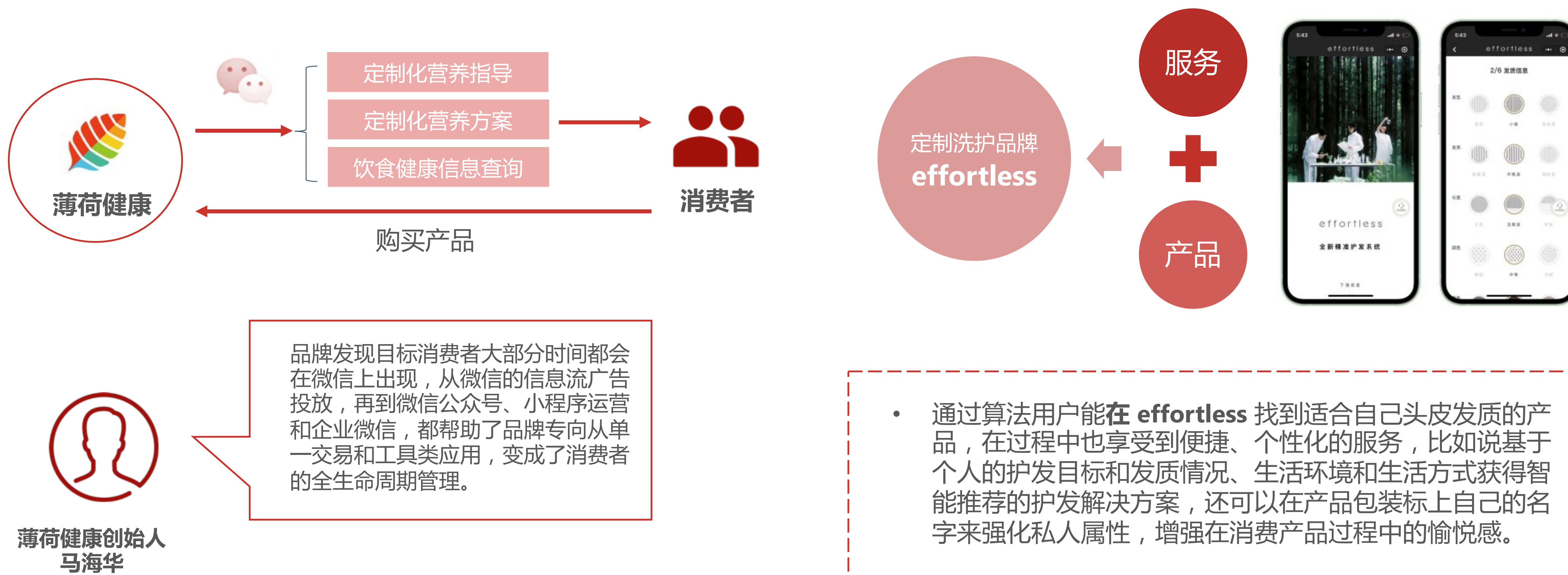
- **自然属性**：人的肉体存在即特质
- **社会属性**：在实践活动基础上产生的人的一切社会关系的总和
- **兴趣偏好**：对非物化对象的内在心里向往与外在行为表达
- **行业消费偏好**：对物化对象的需求与偏好

口腔护理行业	美妆行业	母婴行业	洗护行业	家装行业	汽车行业	其他行业
消费阶段 口腔状况 牙膏偏好 …………………	皮肤特质 功效 风格 产地偏好 …………………	怀孕阶段 胎数 宝宝月龄 奶粉偏好 …………………	发质 头皮类型 产品功效 造型偏好 …………………	装修阶段 风格偏好 户型 局部 …………………	汽车品牌 车系 车龄 …………………	

想乐谋 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

基于数字化形式，建立用户交互闭环，驱动产品与服务持续优化

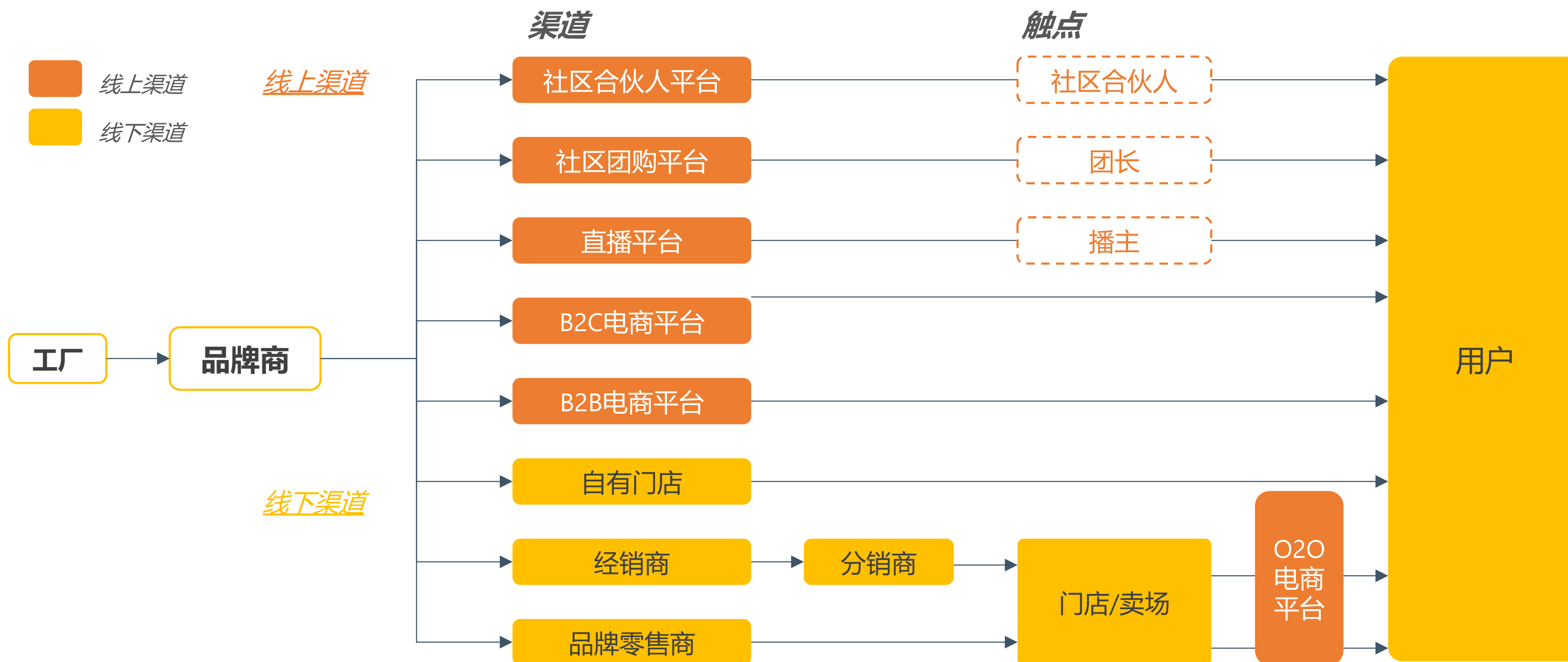
新兴的品牌在冲破外围的压力，通过创新的获客和用户运营方式等来构建品牌的壁垒。



- 通过算法用户能**在 effortless** 找到适合自己头皮发质的产品，在过程中也享受到便捷、个性化的服务，比如说基于个人的护发目标和发质情况、生活环境和生活方式获得智能推荐的护发解决方案，还可以在产品包装标上自己的名字来强化私人属性，增强在消费产品过程中的愉悦感。

传统品牌需不断做加法，进行渠道布局，并面临供应链与服务转型挑战。

新渠道、新品牌的不断涌现，带来传统品牌的竞争压力，并不断进行渠道拓展。渠道拓展的背后，需要企业组织、供应链职能的不断完善，并面临“加法”之后的如何协同、融合等优化、发展挑战。



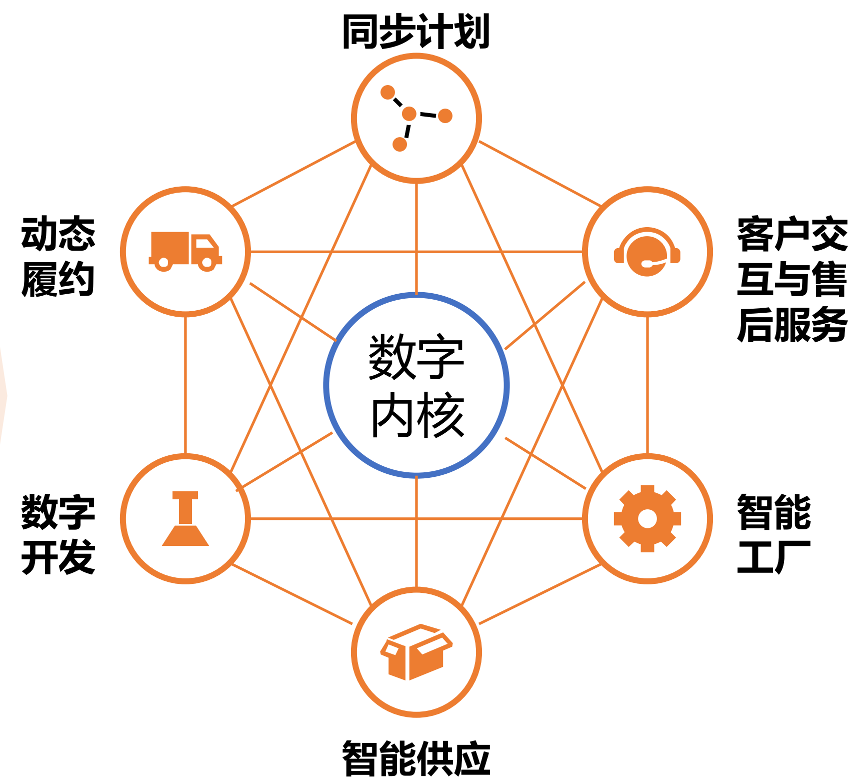


供应链发展

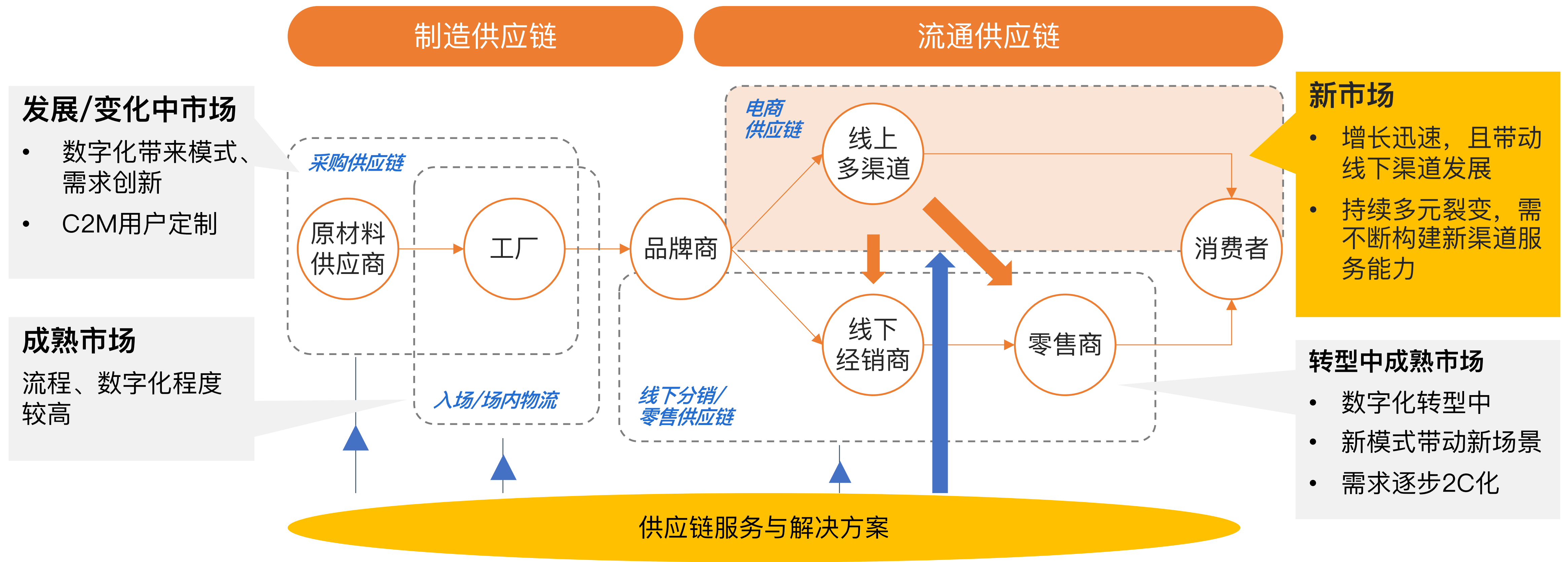
- 制造供应链
- 流通供应链

供应链正从传统线性向数字化网状迭代





带来制造、流通供应链各环节变革，及新的供应链服务与解决方案需求



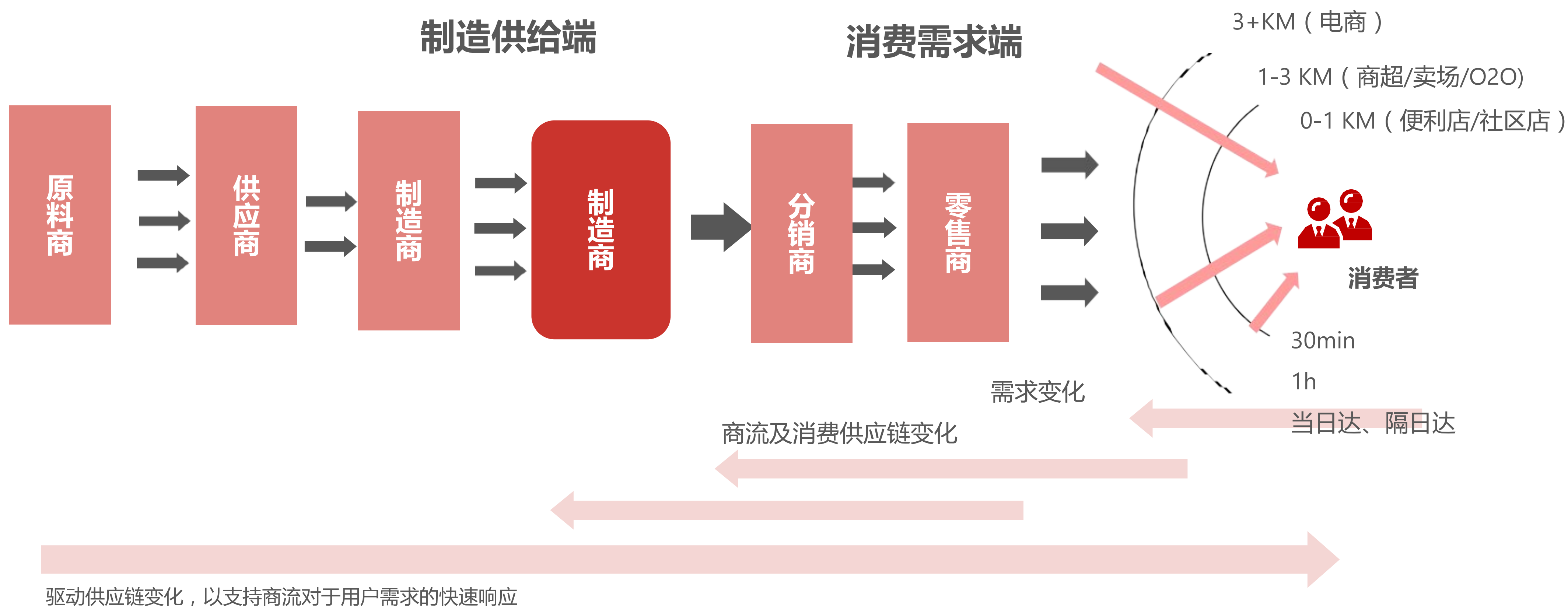
想乐诺 联天下 想必达 × LOG Research 罗戈研究

全球产业链随着疫情在各国蔓延广泛地被波及影响



需求不确定及交付周期缩短催化C2M，工厂需要在生产端打造柔性制造的能力

工厂可以通过与下游电商平台系统对接，与消费者后台数据对接，通过生产线改造、零部件模块化、库存数据实时管理等方式实现柔 性生产，做到因时制宜、以需定产，真正实现消费端和制造端的互联互通和产业生态共建。

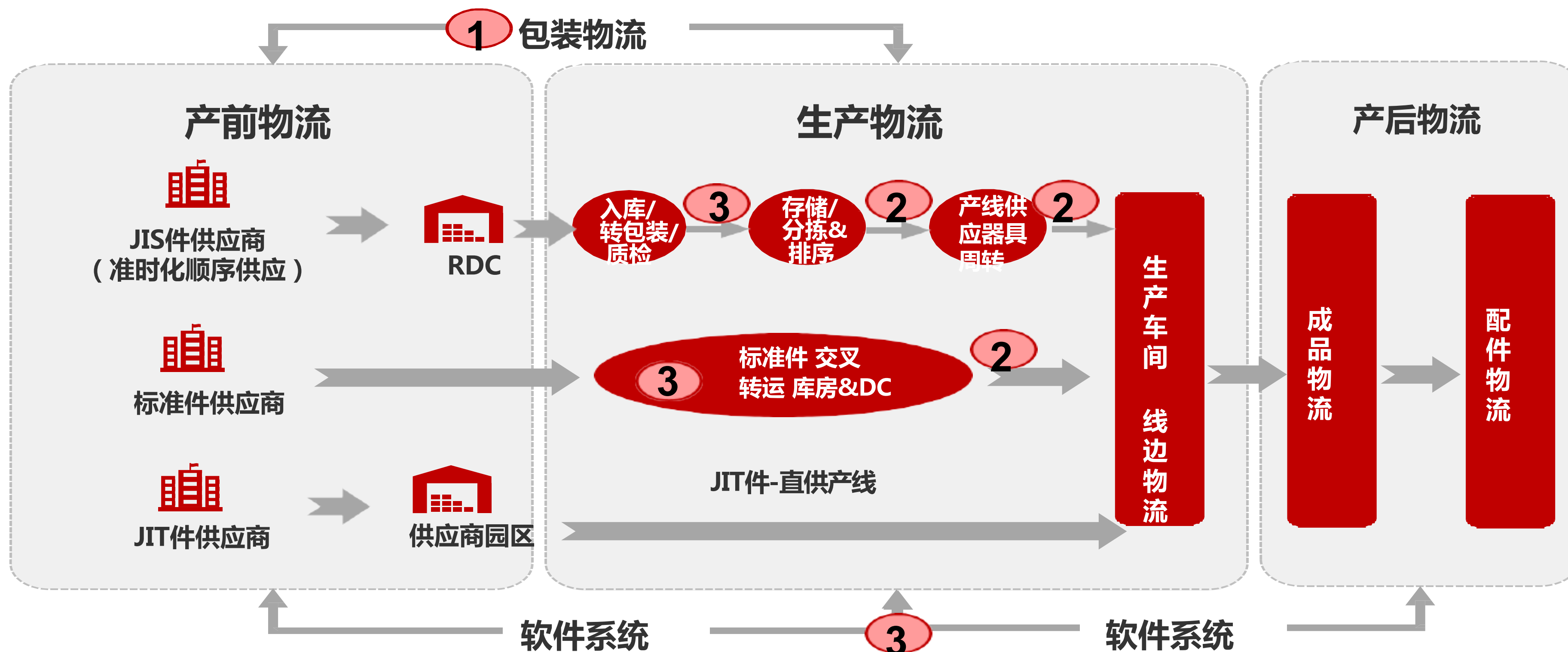


资料来源：《财经》、易观智库、JDL研究院

工业物流是供应链升级中至关重要一极，必须深嵌制造企业生产物流体系建设规划

智能物流系统是智能工厂的重要组成部分，是工业4.0模式、柔性生产模式的基础，是提高生产效率的有效手段，被广泛应用于单位物流 成本较高的各行各业。物流机器人和SaaS化软件成为目前工业物流最大风口，必须深嵌制造企业生产物流体系建设规划。

以汽车制造业的物流供应链为例



数据来源：罗兰贝格；JDL研究院整理

一体化的供应链和数字化需求趋势明显，供应链网络化协同和能力组合要求增加

制造企业需要通过物流外包的方式以获得更好的供应链能力。前提是企业需要有供应链能力，才能够理性判断物流外包的合理性，以 便于决定单项能力还是供应链系统能力的获得。另一方面，工业物流需要将其核心能力聚合化、显性化，以便于更好地契合客户需求。 随着供应链数字化、智能化的日益升华，工业物流服务趋向平台化、规模化、集约化和运营精细化发展



供应链网络协同

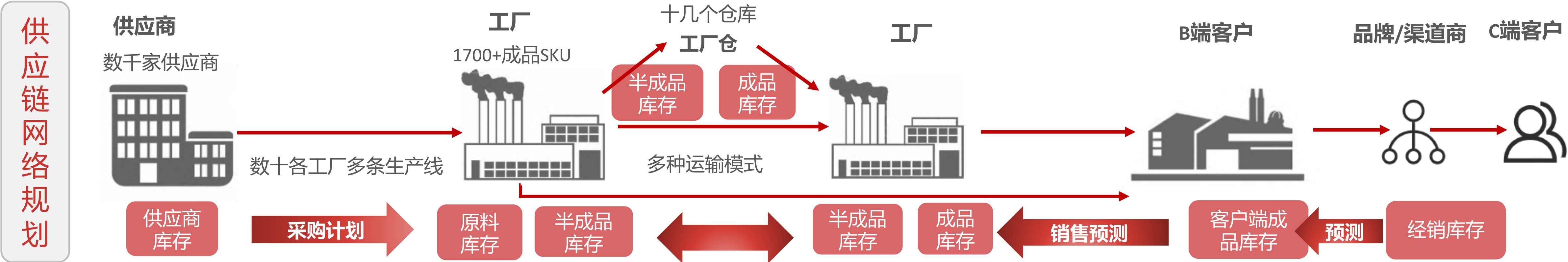


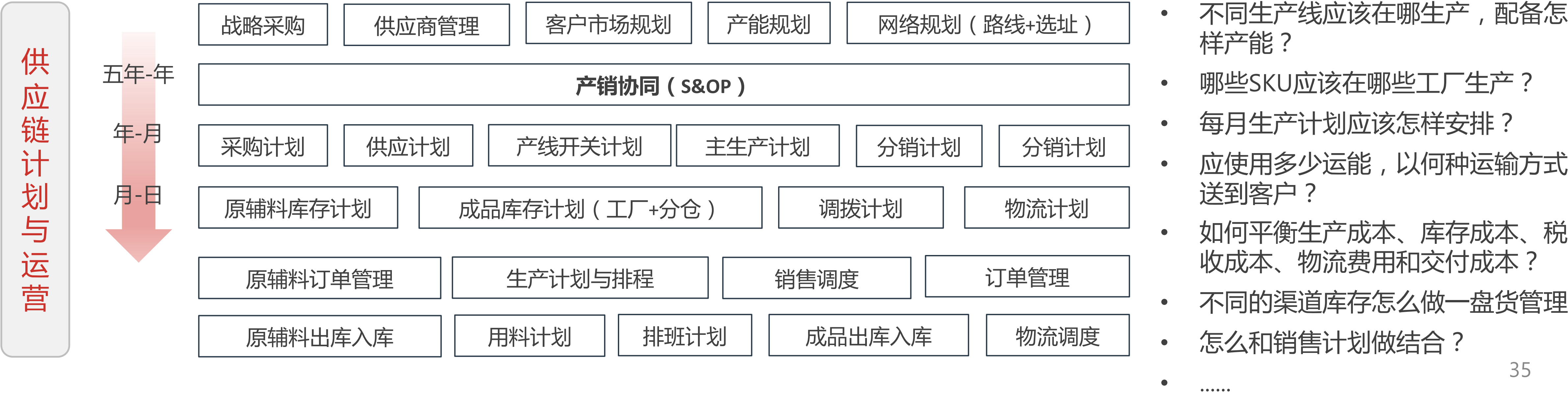
将供应链的能力进行灵活组合，并可围绕“核心供应链”能力 进行链接

资料来源：京东研究院

想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

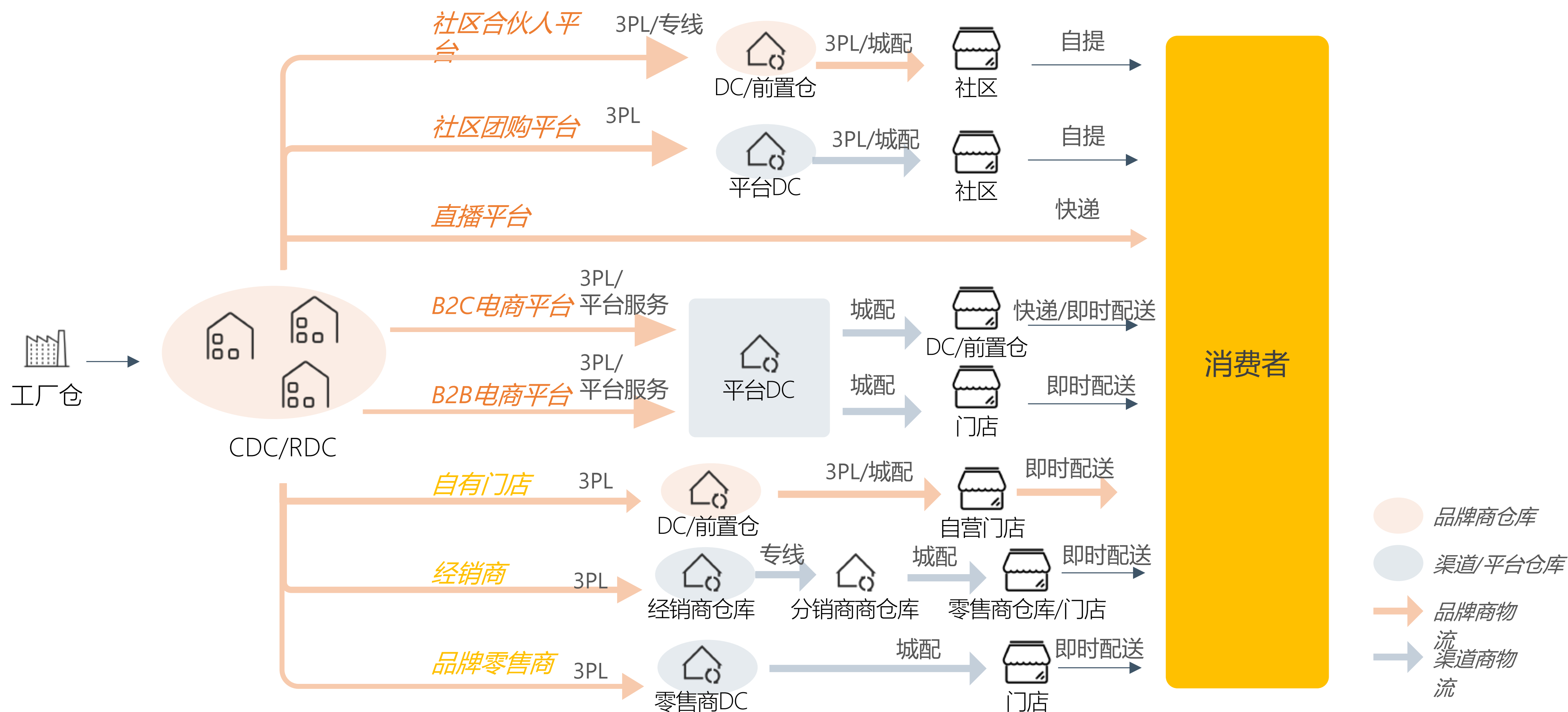
以需求与销售定产，驱动供应链整体规划、计划及运营





- 不同生产线应该在哪生产，配备怎样产能？
- 哪些SKU应该在哪些工厂生产？
- 每月生产计划应该怎样安排？
- 应使用多少运能，以何种运输方式送到客户？
- 如何平衡生产成本、库存成本、税收成本、物流费用和交付成本？
- 不同的渠道库存怎么做一盘货管理？
- 怎么和销售计划做结合？
- ……

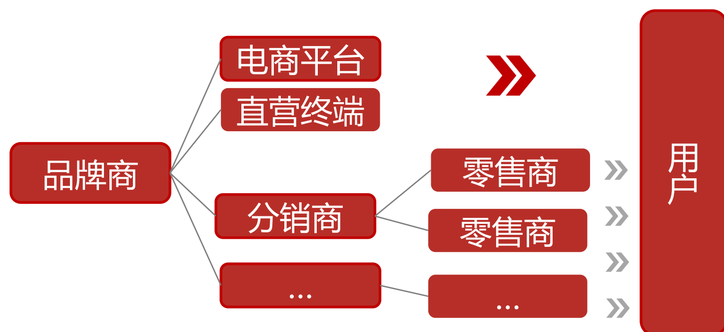
渠道裂变带来流通供应链整体复杂度提升，并驱动各环节核心企业主导变革发展



品牌商：探索渠道数字化整合下的供应链协同

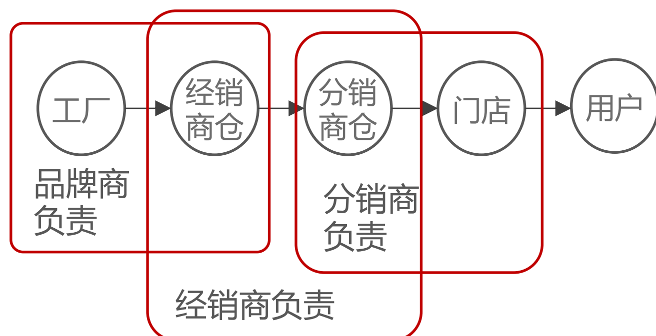
传统经销模式

- 多级经销
- 分段库存、运输（渠道持有库存）



物流服务网络

——销售驱动的分段网络



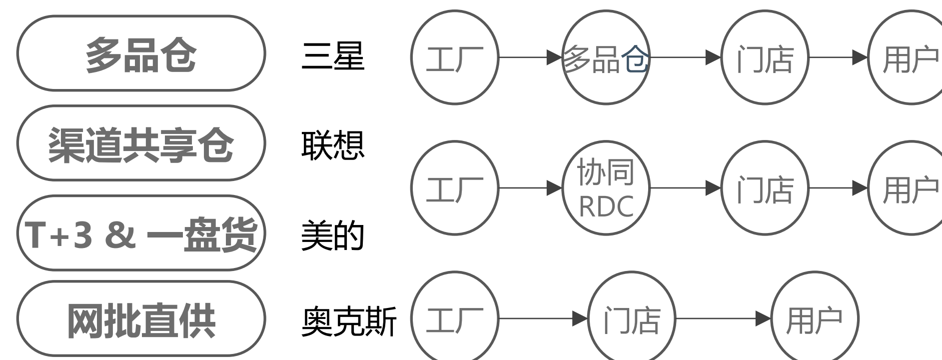
渠道数字化整合

- 全渠道销售
- 渠道库存共享、统仓共配



供应链协同网络

——品牌商主导的一体化协同网络



电商平台：从线上零售走向供应链服务，协同需求、生产与供应

典型模式

连接品牌与用户

——去中间层



模式迭代

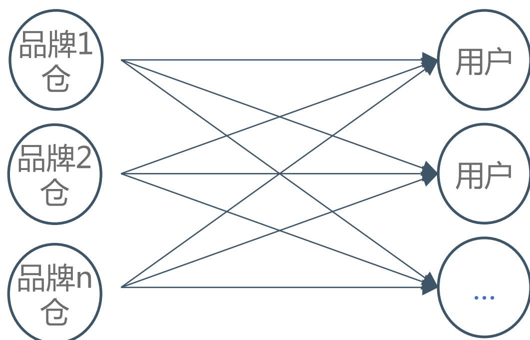
连接工厂与用户

——以销定产

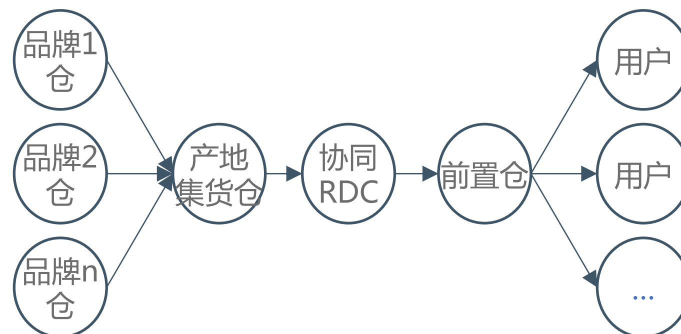


物流服务网络

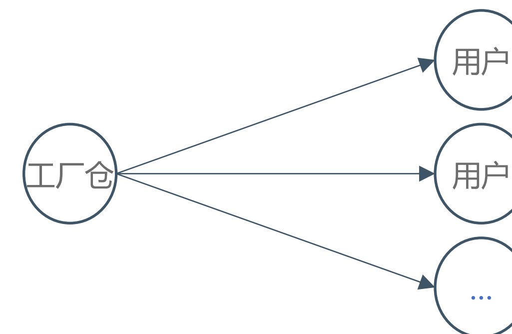
传统模式：品牌自发



多品牌协同下的集货与集配



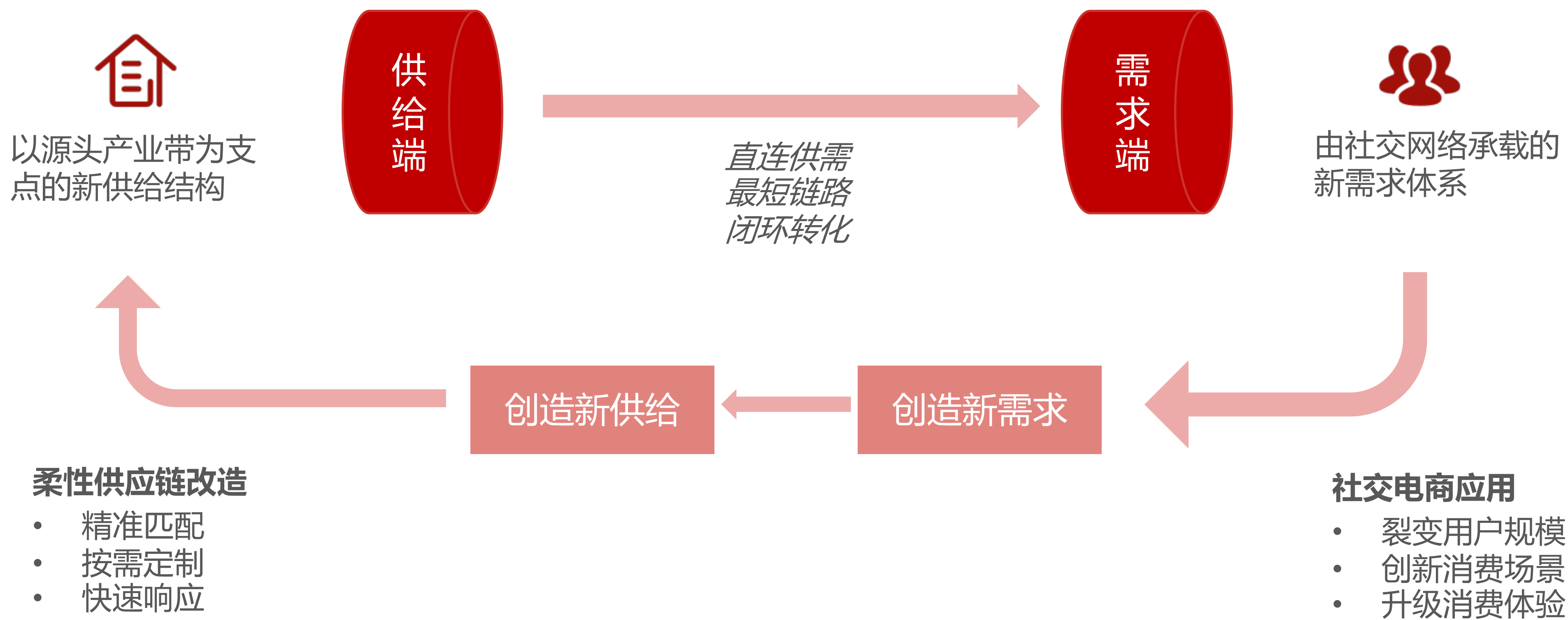
工厂直发



想乐送 联天下 想必达 × LOG Research 罗戈研究

电商平台：在下沉市场主导零售结构重塑，实现直连供需、最短链路

传统下沉零售呈渠道强、供需弱的“纺锤型”结构。随着新零售的发展，由社交网络承载的新需求体系，撬动以源头产业带为支点的新供给结构，实现变化发展，从而形成下沉新零售“杠铃型结构”。

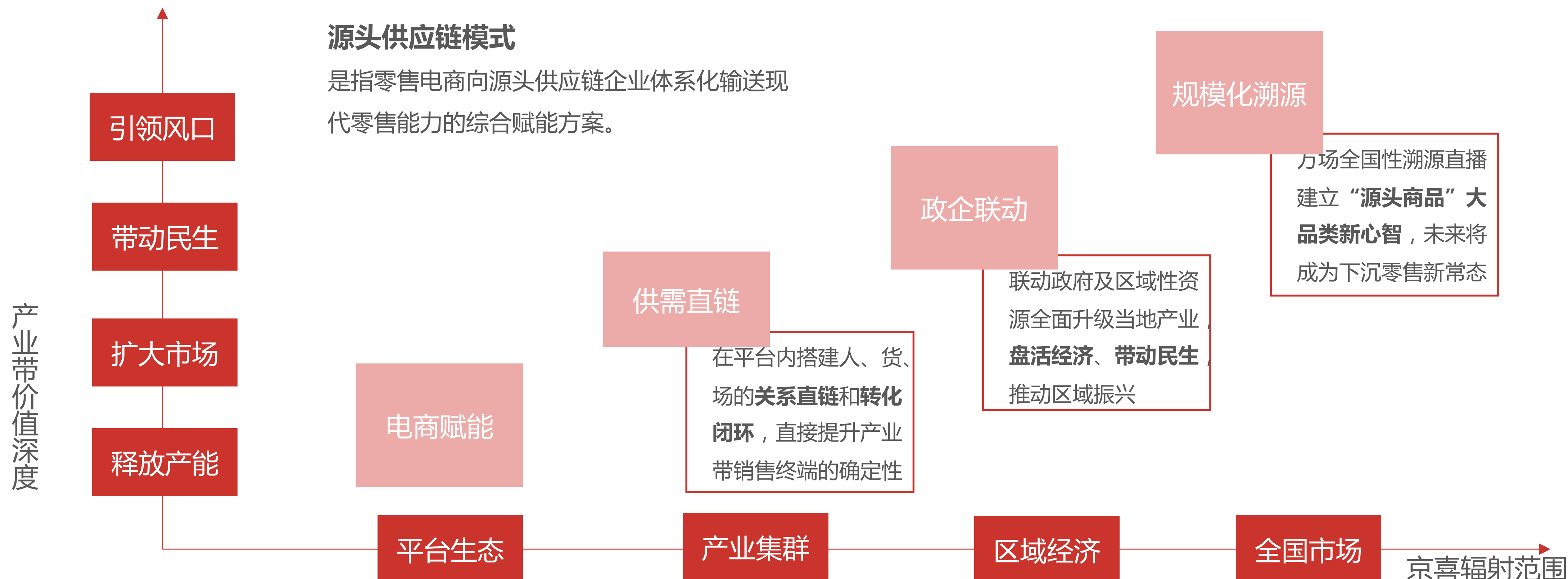


想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

电商平台：匹配下沉市场，通过源头供应链打造“小生态、大格局”

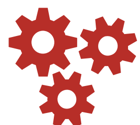
源头供应链模式当前主要停留在依靠电商赋能实现产业带/源产地从粗放式向精细化转型的初级阶段。但源头供应链的价值远不止于产业带自身现代化转型，作为制造大国的底盘支撑，源头供应链的发展关系着零售产业、区域经济、社会民生等方方面面，保证源头供应链后劲绵长，才是这场供应链革命的决胜之道。

京喜源头供应链模式



零售企业/平台：数字化驱动线下零售业态的多元化及线上线下一体化

业态多元化

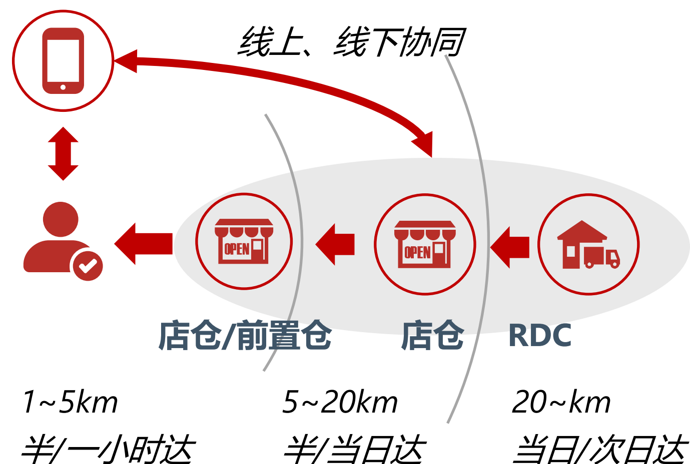




盒马鲜生	盒马F2	盒马Pick'n Go	盒马菜市	盒马mini	盒马小站
4000-6000㎡	800㎡	20~100㎡	1000-3000㎡	500-1000㎡	300~500㎡
餐饮+生鲜+日百	鲜食+日百	鲜食/熟食	菜场	生鲜+日百	前置仓

店仓一体化





以用户为中心，基于位置的服务

- 电商平台基于位置，提供商品、库存、配送时效展示
- 门店基于服务半径内用户需求进行选品、进货与补货
- 订单履约基于品类、配送时效选择，进行路径设计与资源组织

门店作为订单履约的重要节点，在不同的配送时效中，配合仓库、运力资源，支持多元化配送时效产品

CONTENTS

目 录



商业&供应链动态

- 经济运行
- 商业发展
- 供应链发展

Part 1



物流行业动态

- 运行数据
- 物流政策
- 行业动态

Part 2



Q4物流资源价格分析

- 仓储价格水平
- 干线价格水平
- 配送价格水平

Part 3



×



2020Q4

中国物流市场价格和发展动态季报



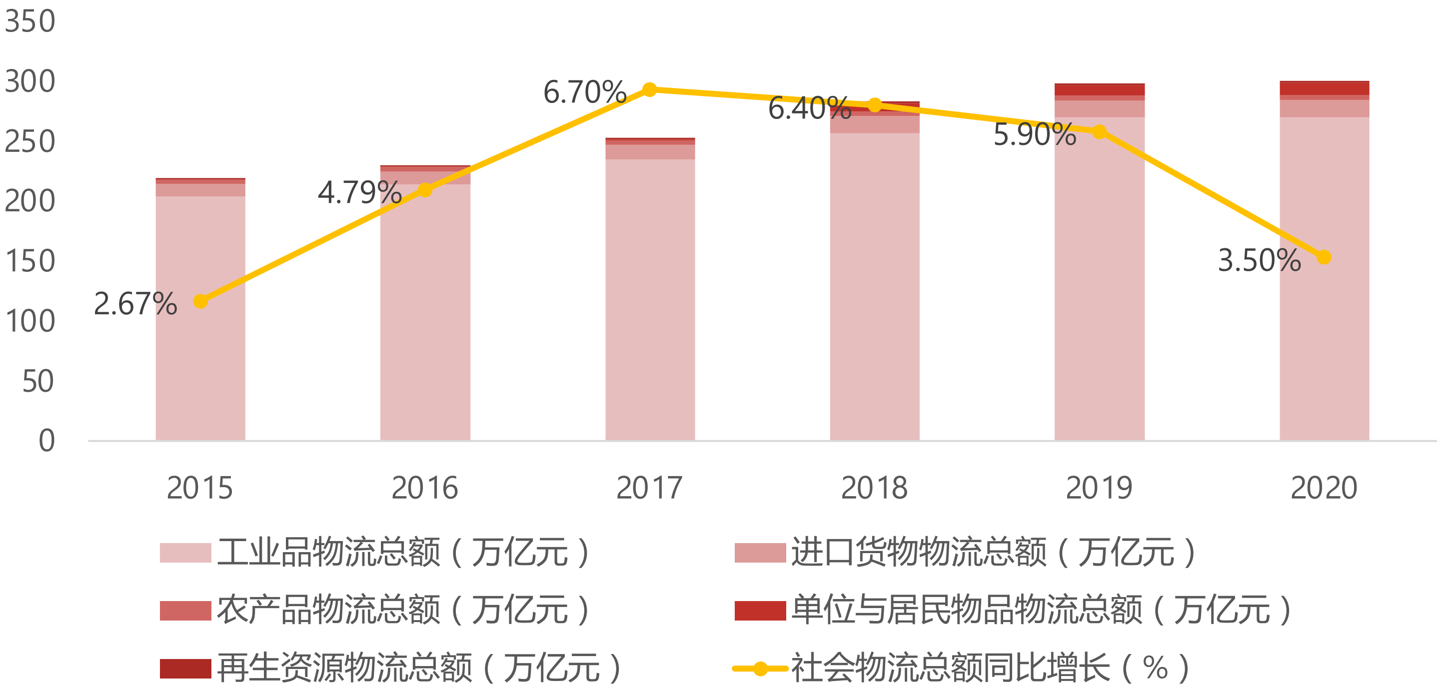
物流运行数据

- 整体运行数据
- 分类、分行业运行数据

物流规模再上新台阶，社会物流总额超300万亿

2020年全国社会物流总额300.1万亿元，按可比价格计算，同比增长3.5%。

从构成看，工业品物流总额269.9万亿元，按可比价格计算，同比增长2.8%；农产品物流总额4.6万亿元，增长3.0%；单位与居民物品物流总额9.8万亿元，增长13.2%；进口货物物流总额14.2万亿元，增长8.9%；再生资源物流总额1.6万亿元，增长16.9%。

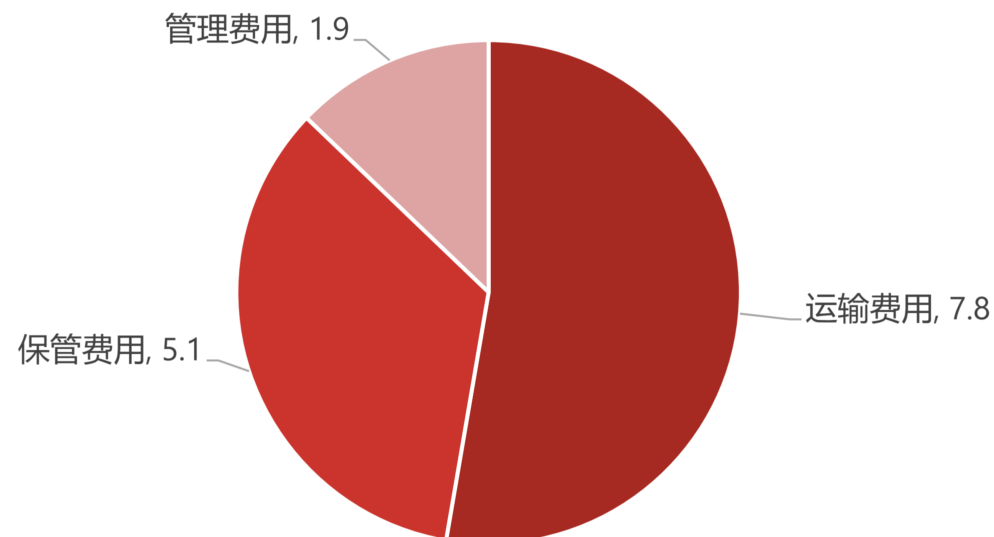


想乐送 联天下 想必达 × LOG Research 罗戈研究

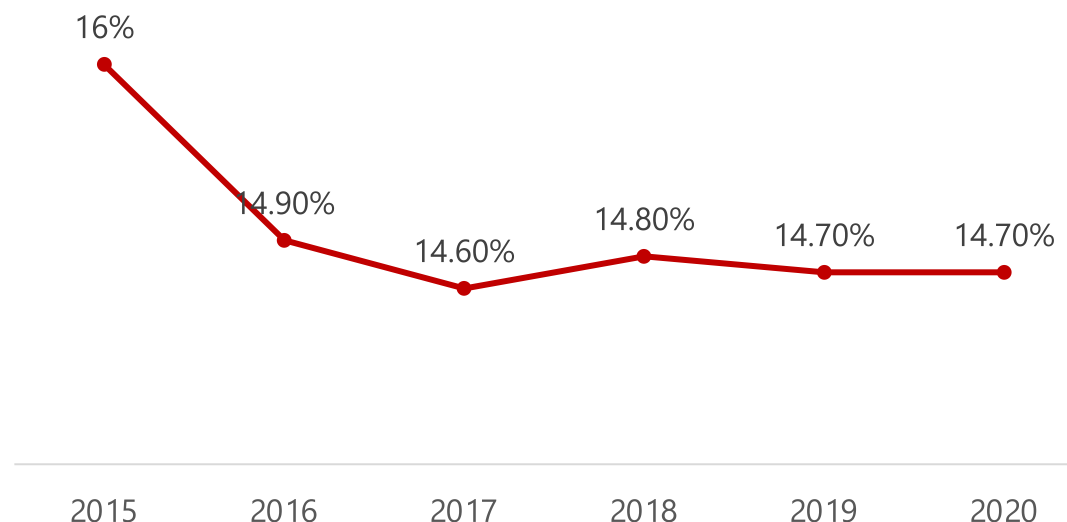
社会物流总费用与GDP的比率基本持平

2020年社会物流总费用14.9万亿元，同比增长2.0%。社会物流总费用与GDP的比率为14.7%，与上年基本持平。
从结构看，运输费用7.8万亿元，增长0.1%；保管费用5.1万亿元，增长3.9%；管理费用1.9万亿元，增长1.3%。

2020年社会物流总费用构成（万亿）

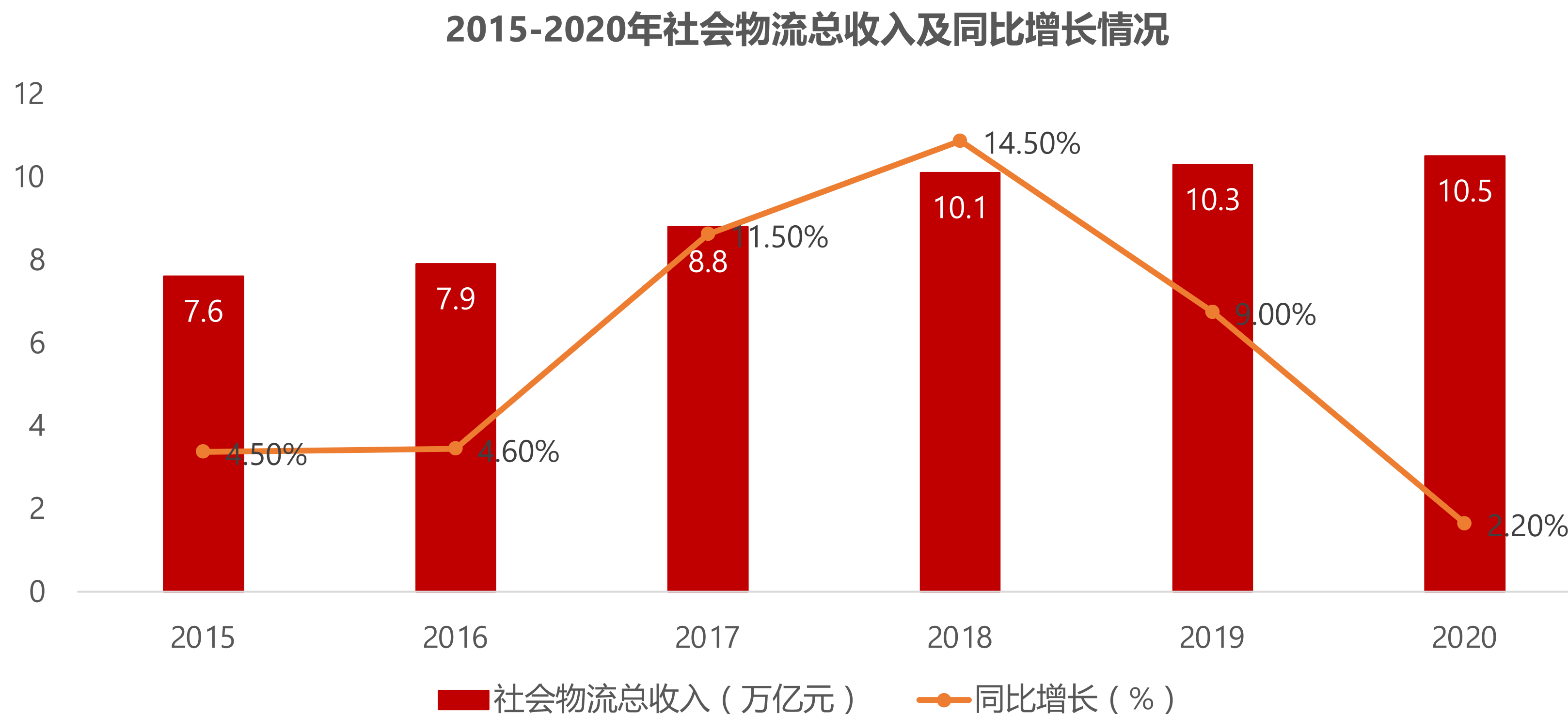


2015-2020年社会物流总费用与GDP的比率



社会物流业总收入实现小幅增长

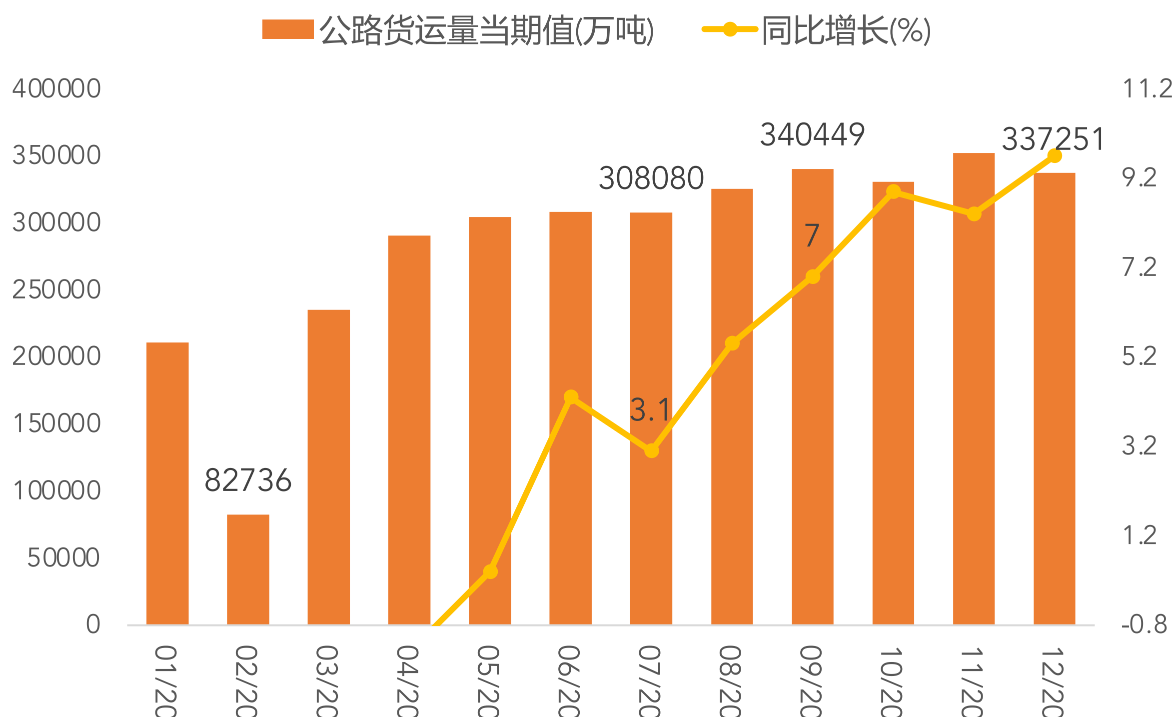
2020年物流业总收入10.5万亿元，比上年增长2.2%。

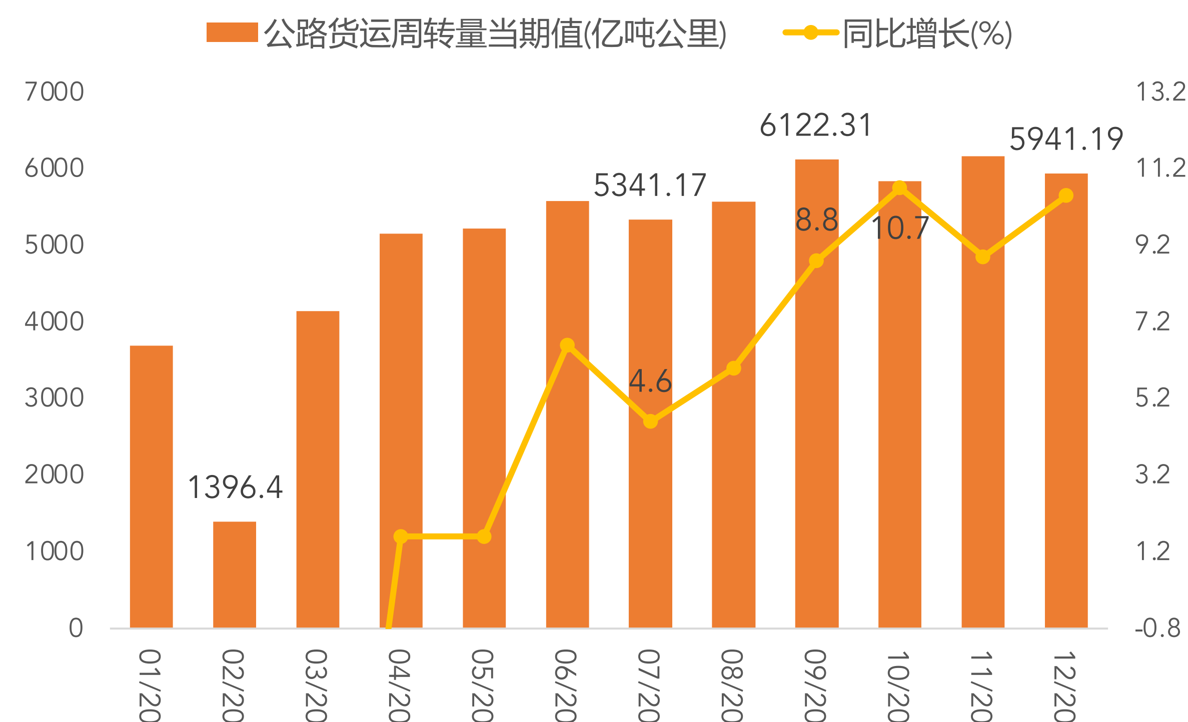


橙乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

公路货运市场活跃，货运量及周转量增长加速

12月全国公路货运量、公路货运周转量大幅提高，12月全国公路货运量为337251万吨，同比增长9.7%，12月全国公路货运周转量为5941.19亿吨公里，同比增长10.5%。

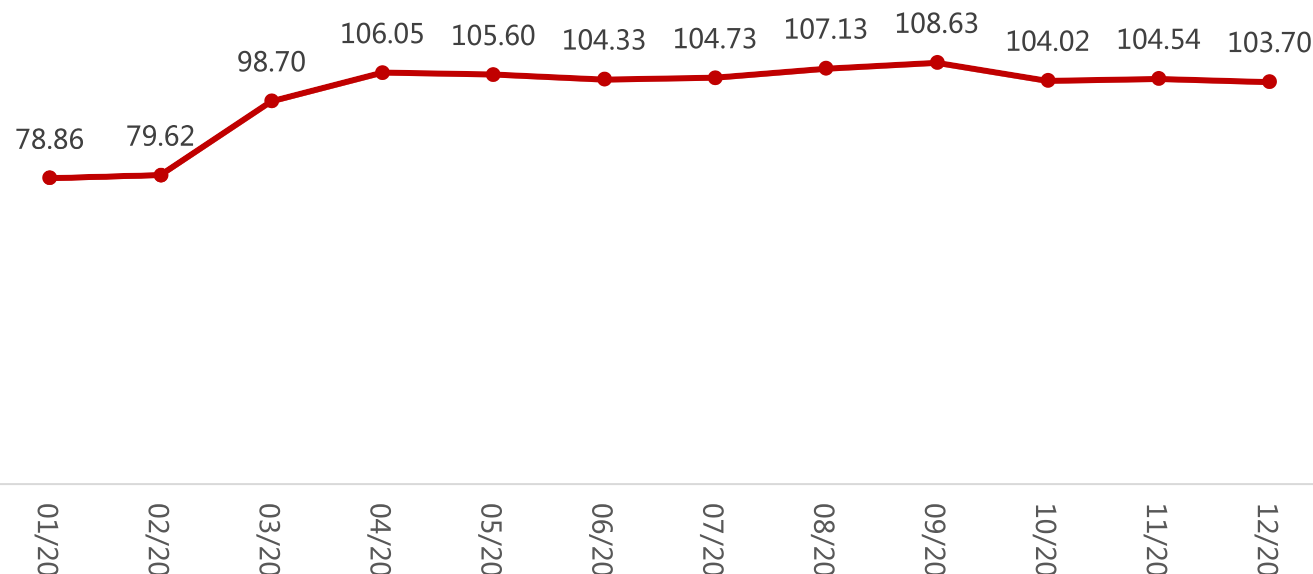




数据来源：国家统计局、WIND

2020年公路货运效率月指数全年保持100以上，公路货运效率总体提升

2020年1-12月份公路运输效率指数分布来看，1、2、3三个月因为疫情影响，四月以后逐步恢复正常。其中有9个月份指数高于基准数（100）；表明全行业总体运行情况相对平稳，且总体向好。

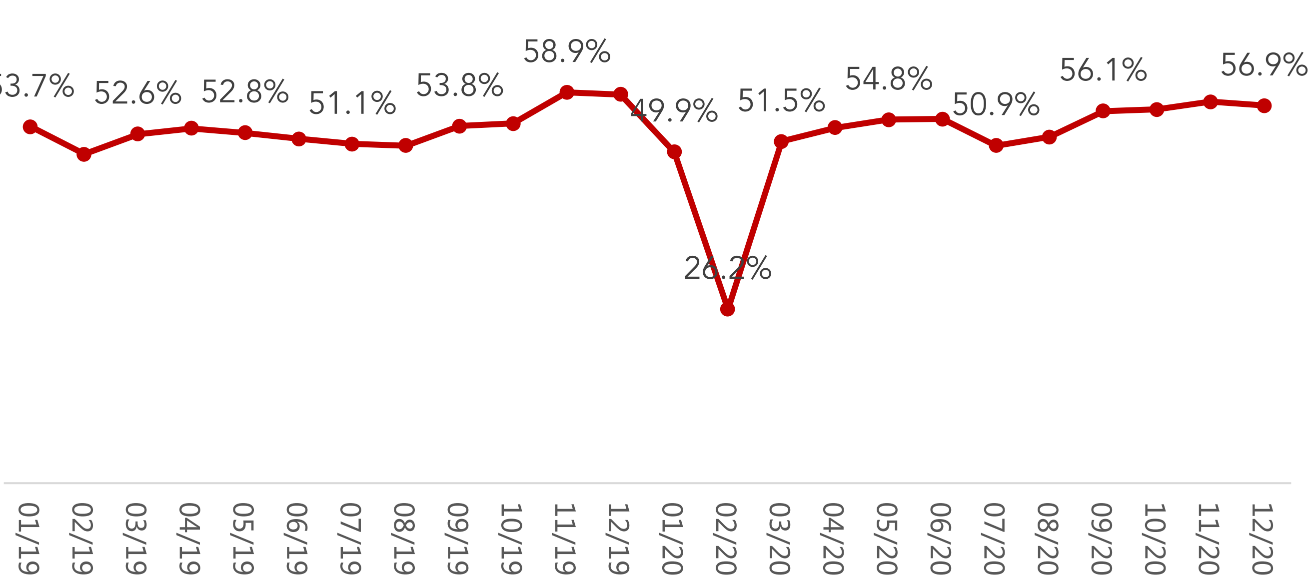


- 2020年，因为1月疫情影响，1，2都比较低，三月开始逐渐复工，四月以后指数保持在100以上，表明**2020年公路货运运行效率总体有所提升。**

联天下 想必达 × LOG Research 罗戈研究

物流景气指数回升，物流业务活动延续平稳回升态势

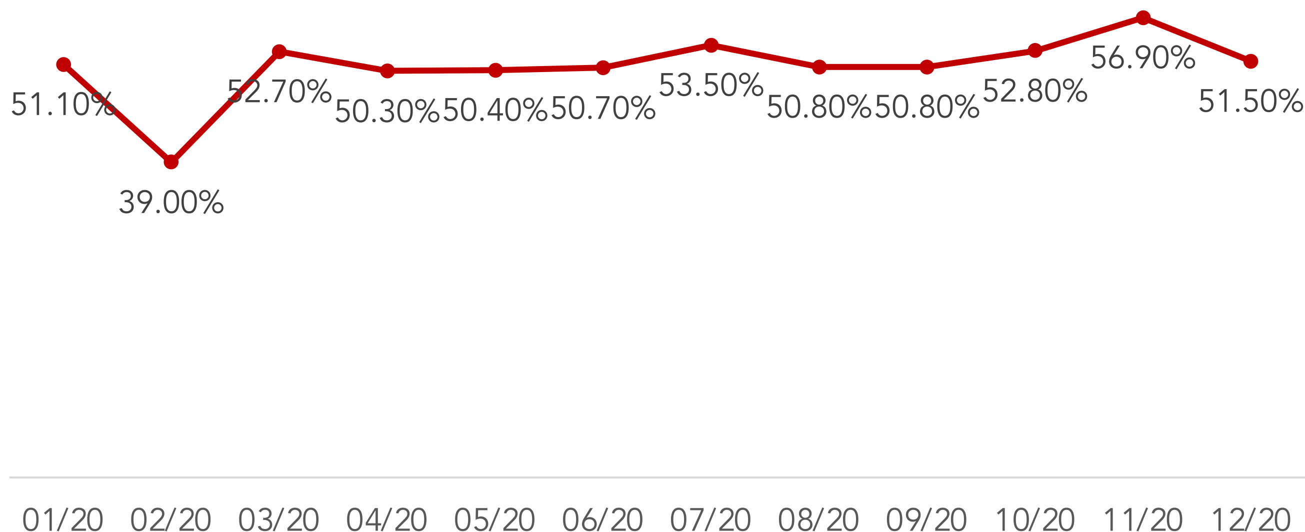
2020年物流景气指数2月因疫情影响跌至最低值，达26.2%，三月以后到12月份，物流景气指数延续回升状态，总体保持**50%**以上高位运行，物流业务活动平稳运行。



- 从分项指标来看，库存周转次数指数、资金周转效率指数和服务价格指数等指标均处于高位运行状态，反映出供应链上下游经济活动保持活跃。
- 从分地区和分行业情况看，**总体均保持稳定增长态势。**
- 从企业规模看，中小微型物流企业的业务量指数、新订单指数、主营业务利润指数、从业人员指数继续有所上升，反映出物流行业回升的基础在进一步改善。随着春节临近，物流行业将进入季节性收缩阶段，预计物流业景气指数会随之有所回落。

中国仓储指数保持平稳，去库存效果显现

2020年12月份中国仓储指数为51.5%，较上月下降5.4个百分点，连续十个月保持在荣枯线以上。各分项指数中，收费价格指数、业务活动预期指数较上月有所上升，其余指数均有不同程度的下降。

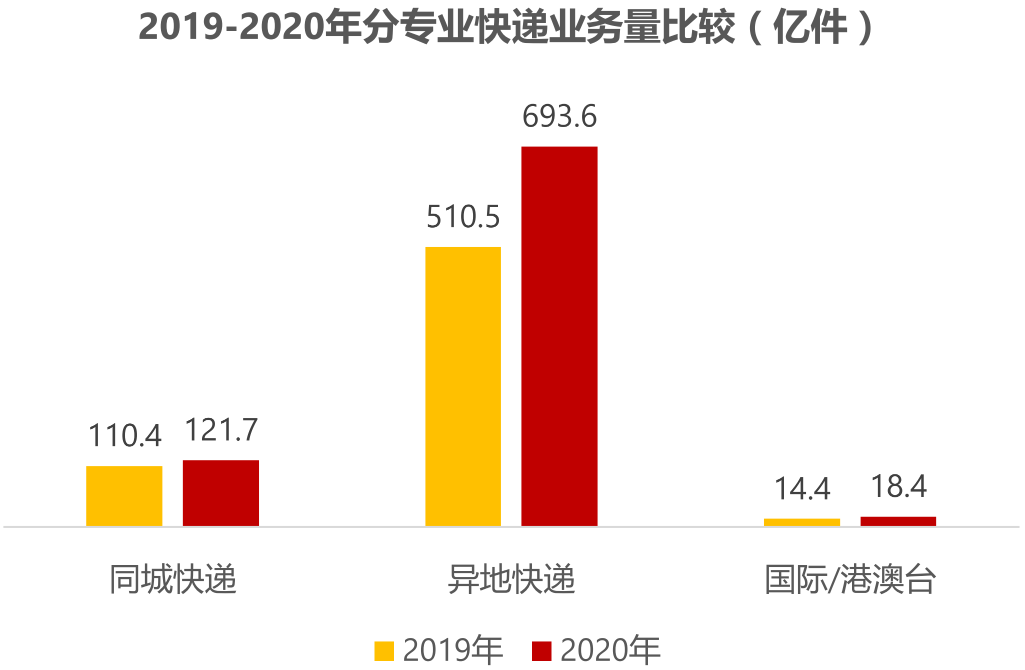


- 12月指数有所回落，主要是受上期基数较高影响，指数仍位于50%以上，且连续十个月保持在扩张区间，**反映出仓储行业运行仍然保持平稳向好态势。**
- 消费品受节日因素和电商活动提振，业务需求较为旺盛；大宗商品需求表现超出预期，业务活动也较为活跃。整体库存水平继续提高，增速略有放缓。此外，由于需求增加，仓储市场租金也有所上涨，收费价格指数达到下半年来新高。
- 后期来看，业务预期指数保持高位运行，节日因素对消费品需求仍有支撑，大宗商品价格虽然有所上涨，但冬储需求仍有一定规模，**预计未来短期内仓储行业运行仍将保持稳中向好。**

国家邮政局公布2020年邮政行业运行情况，2020年，全国快递服务企业业务量累计完成833.6亿件，同比增长31.2%；全年CR8为82.2，较1-11月下降了0.2

1月14日，国家邮政局公布2020年邮政行业运行情况。2020年，全国快递服务企业业务量累计完成**833.6亿件**，**同比增长31.2%**；其中，同城业务量累计完成121.7亿件，同比增长10.2%；异地业务量累计完成693.6亿件，同比增长35.9%；国际/港澳台业务量累计完成18.4亿件，同比增长27.7%。2020年，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为82.2，较1-11月下降**0.2**。

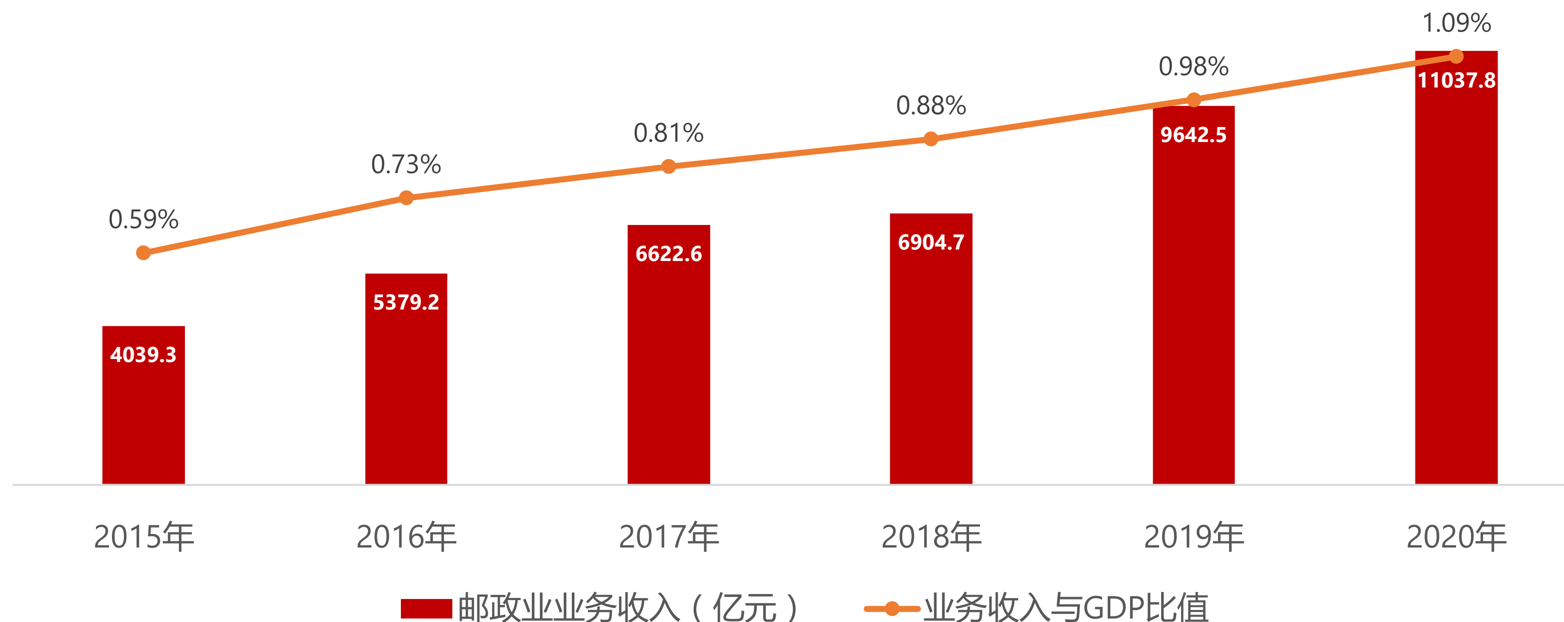
指标名称	单位	12月份		比去年同期增长(%)	
		累计	当月	累计	当月
邮政行业业务收入	亿元	11037.8	1109.3	14.5	15.5
1、邮政寄递服务	亿元	406.2	34.2	-5.9	-16.5
2、快递业务	亿元	8795.4	926.2	17.3	20.0
邮政行业业务总量	亿元	21053.2	2300.3	29.7	34.3
1、邮政寄递服务	万件	2556050.4	230318.6	3.3	0.5
2、快递业务	万件	8335789.4	925368.2	31.2	37.4
其中：同城	万件	1216518.8	113142.7	10.2	2.5
异地	万件	6935738.0	792961.4	35.9	44.7
国际/港澳台	万件	183532.6	19264.2	27.7	27.1
注：邮政行业业务收入中未包括邮政储蓄银行直接营业收入					



- 1-12月，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为82.2，较1-11月下降0.2，这是 CR8自今年2月起环比连续第10个月下降，这也表示新进快递企业正在茁壮成长，悄然改变行业格局。

2020年邮政业业务收入与GDP的比值首次超过1%；收入增速约是同期全国GDP增速的6.3倍，均创下历史新纪录

1月18日，国家统计局数据显示，初步核算，2020年全年国内生产总值(GDP)首次突破100万亿元大关，达到1015986亿元，按可比价格计算，比上年增长2.3%。国家邮政局近日公布的邮政行业运行数据显示，2020年邮政行业业务收入（不包括邮政储蓄银行直接营业收入）累计完成**11037.8亿元**，同比增长**14.5%**。这意味着，邮政业业务收入与GDP的比值达到**1.09%**，首次超过**1%**；邮政行业收入增速约是同期全国GDP增速的**6.3倍**，均创下历史新纪录。



2020Q4

中国物流市场价格和发展动态季报



物流政策

- 冷链
- 快递
- 网络货运
- 公路运输
- 物流科技
- 社区团购

想乐送 × LOG Research 罗戈研究

冷链物流价值及食品安全重要性凸显，国家大力推进冷链物流与食品安全建设

冷链物流建设

- 2020年3月16日，国家发改委在《关于开展首批国家骨干冷链物流基地建设工作的通知》中提出，以整合存量冷链物流资源为主线，依托存量冷链物流基础设施群建设一批国家骨干冷链物流基地。
- 2020年6月12日，农业农村部办公厅发布《关于进一步加强农产品仓储保鲜冷链设施建设工作的通知》，提出进一步推进农产品仓储保鲜冷链设施建设工作，加大政策支持，注重监督管理，优化指导服务，最大限度发挥政策效益。
- 2020年7月7日，国家发改委印发《关于做好2020年国家骨干冷链物流基地建设工作的通知》，公布了2020年17个国家骨干冷链物流基地建设名单。

食品安全

- 10月14日，国家卫生健康委、市场监管总局联合发布42项新食品安全国家标准。《食品安全国家标准 食品冷链物流卫生规范》（GB31605-2020）成为其中唯一一项生产经营规范标准，该标准是首个食品冷链物流强制性国家标准。
- 11月13日，交通运输部印发了《公路、水路进口冷链食品物流新冠病毒防控和消毒技术指南》，明确进口冷链食品装卸运输过程防控要求和消毒要求、从业人员安全防护要求及应急处置要求。
- 11月27日，国家卫健委发布《关于进一步做好冷链食品追溯管理工作的通知》，要求建立和完善由国家级平台、省级平台和企业级平台组成的冷链食品追溯管理系统，建立问题产品的快速精准反应机制，严格管控疫情风险，维护公众身体健康。

自发现新冠病毒可以通过冷链食品传播后，国家大力推进食品安全建设，加强冷链食品监控，监测；对参与冷链食品流通链条的人员也高度重视，要求从业人员做好安全防护。

更重要的是，目前在研的新冠疫苗中，灭活疫苗的运输存储需要在2°C至8°C的环境下进行，其产业链完善、技术成熟mRNA疫苗需要零下70°°C的运输环境，其分发过程对冷链物流能力提出更高的要求。

想乐送 联天下 想必达 × LOG Research 罗 戈 研 究

国家大力加强基础设施建设

2020 03

- 国家发展改革委、交通运输部联合印发通知，正式启动2020年国家物流枢纽建设工作。

2020 07

- 发改委印发《关于做好2020年国家骨干冷链物流基地建设工作的通知》，公布2020年17个国家骨干冷链物流基地建设名单。

2020 08

- 交通部印发《关于推动交通运输领域新型基础设施建设的指导意见》，提出到2035年，交通运输领域新型基础设施建设取得显著成效。

2020 09

- 发改委、民航局联合印发《关于促进航空货运设施发展的意见》，就完善提升综合性机场货运设施能力和服务品质等方面提出多项举措。

2020 10

- 发改委、交通运输部联合印发《关于做好2020年国家物流枢纽建设工作的通知》，共有22个物流枢纽入选2020年国家物流枢纽建设名单。

快递成为物资流通的重要渠道，国家积极推动快递进村以及绿色环保发展

4月17日

国家邮政局与商务部联合下发了《关于深入推进电子商务与快递物流协同发展工作的通知》，明确要解决好电商配送“最后一公里”问题、快递车辆便利通行问题、农村快递物流体系建设问题等问题。

7月7日

国家邮政局印发《关于开展“快递进村”试点工作的通知》，决定在6个省（区）和15个市（州）组织开展“快递进村”试点工作。

8月8日

市场监管总局、发展改革委、邮政局等部门联合印发《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》，对未来三年我国快递绿色包装标准化工作作出全面部署。

12月14日

国家发展改革委等部门发布的《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》，对强化快递包装绿色治理，加强电商和快递规范管理，增加绿色产品供给，推进快递包装“绿色革命”作出部署。

- 2020年9月21日，在国家邮政局发布最新的数据显示：目前。农村100%的乡镇已建有邮政局所，100%的建制村实现了直接通邮，97%的乡镇有了快递网点。仅今年前8个月，为农村地区新增就业岗位15万人，帮助504个国家级贫困县的10万户贫困户增收1亿多元。
- 2021年1月14日，国家邮政局公布2020年邮政行业运行情况。2020年，全国快递服务企业业务量累计完成833.6亿件，同比增长31.2%；业务收入累计完成8795.4亿元，同比增长17.3%。

国家推动网络货运平台规范发展，推进物流降本增效

4月29日，交通运输发布《关于充分发挥全国道路货运车辆公共监管与服务平台作用支撑行业高质量发展的意见》，要求加快全国道路货运车辆公共监管与服务平台技术升级与数据质量提升，强化货运数据综合应用与该平台运行保障，努力将该平台打造成面向现代化运输服务体系。

9月19日，交通运输部办公厅发布关于进一步做好网络平台道路货物运输信息化监测工作的通知，加强对网络货运平台的监管工作。

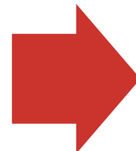
10月19日，国家税务总局对十三届全国人大三次会议第8765号建议进行了答复，建议有关部门对平台企业上的经营者简化前置许可的审批条件与流程。

- 政府层面：税务实现合规，运作更加标准化和规范化；物流运营数据的积累，政府基于数据将能制定更多更有助于行业加速提升效率的规则，加速行业的转型升级和效率提升。
- 企业层面：借助数字化运营去标准化流程和操作，打造未来业务承接能力；通过网络平台，重构企业内部流程，标准化作业标准，快速扩大企业的规模和服务能力，向下精细化的运营整合好资源，最终形成企业核心竞争力。

高速收费由“计重收费”向“按轴收费”转变

2019年6月4日，国家发改委、交通运输部印发《加快推进高速公路电子不停车快捷收费（ETC）应用服务实施方案》。**调整货车通行费计费方式，**从2020年1月1日起，统一按车（轴）型收费，并确保不增加货车通行费总体负担。封闭式高速公路收费站入口同步实施不停车称重检测，提高货车通行效率。

不同吨位车辆收费金额不同，装的货多重量大则多收，装的货少重量小则少收。



按车型收费收费，无论装多装少，只要是同一车型，收费金额一样。

- 2020年2月15日，交通运输部发布通知： 自2月17 日零时起至疫情防控工作结束，全国收费公路免收车辆通行费。免费对象为客车、货车、专项作业车，包括允许在普通收费公路行驶的摩托车。
- 2020年4月28日，交通运输部发布通知：自2020年5月6日零时起，收费公路恢复收费。
- 自2月17日-5月5日共计实施79天的高速免费通行，有效促进经济快速恢复。

国家加强对货车的治理，引导货车向节能减排，安全性能提升等方面有序发展

4月17日

生态环境部发布关于征求《重型车远程排放监控技术规范（征求意见稿）》意见的函，制定《重型车远程排放监控技术规范》，从企业平台、地方平台、国家平台三级平台加强对重型车的监控，从制度方面规范监控标准。

4月29日

国家发展改革委、科技部等11部门发布《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》。《通知》就国六排放标准调整，新能源汽车购置、加快淘汰报废老旧柴油货车等内容作出具体规定。

7月20日

工信部等四部门联合发布《关于开展货车非法改装专项整治工作的通知》，要求各地对危险货物运输车辆、自卸货车、半挂车、轻型载货汽车、混凝土搅拌运输车等5类重点货车重点予以调查；严禁货运企业购买使用不符合国家安全技术标准、非法改装、"大吨小标"等违规车辆。

12月14日

交通部发布《关于进一步做好总质量4500千克及以下普通货运车辆"放管服"改革有关工作的通知》，完善轻型货车运输事中事后监管举措，进一步规范轻型货车从事冷链物流运输、危险货物运输、零担货物运输的经营行为，引导创新运输组织模式，促进轻型货车装备升级，不断提升轻型货车运输管理和服务水平。

- 目前，机动车等移动源污染已成为我国大气污染的重要来源，移动源污染防治的重要性日益凸显，因此，加强对货车的治理，淘汰报废老旧货车，引导货车向绿色环保发展，有利于节能减排，保护环境。
- 另一方面，加强对货车的治理，有利于保障货车司机的人身安全，切实转变货车运输管理方式，促进货车装备升级，不断提升货车运输管理和服务水平，促进道路货运行业安全有序发展。

疫情推动无人机/车技术快速发展，国家政策发挥引导作用

● 4月24日

交通运输部发布《公路工程适应自动驾驶附属设施总体技术规范（征求意见稿）》，对自动驾驶需要的高精度地图、定位设施、通信设施、交通标志标线、交通控制与诱导设施、交通感知设施、路侧计算设施、功能与照明设施、自动驾驶监测与服务中心、网络安全等领域，进行了全面的规范。

● 10月23日

民航局公布首批13个民用无人驾驶航空试验基地（ 试验区 ） ，民航局将统一建立试验基地（试验区）考核评估制度及相应的暂停、退出机制；组织试验基地（试验区）成果示范推广及交流工作，统筹推进民用无人驾驶航空试验基地（试验区）建设。

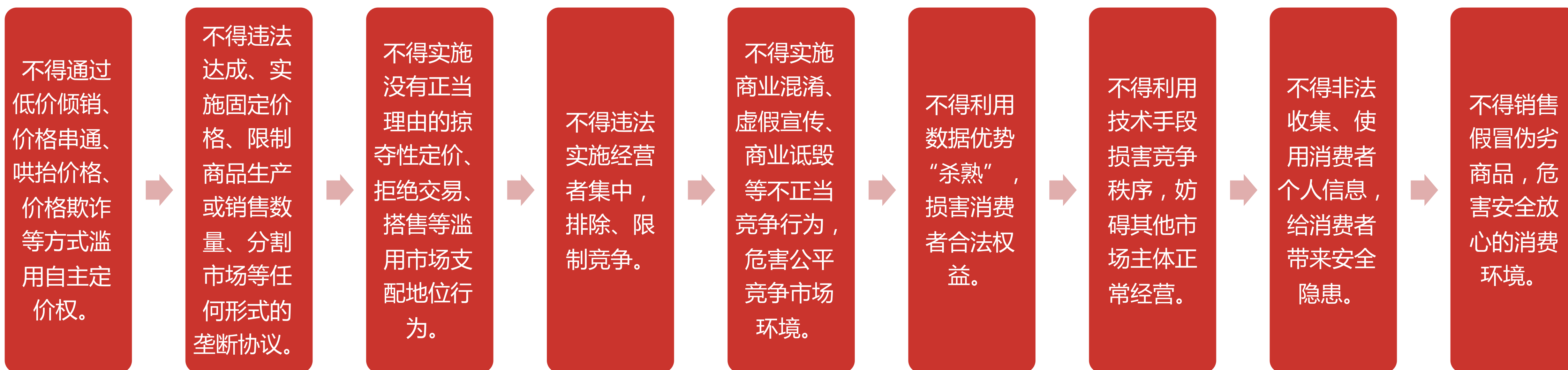
● 12月30日

交通部发布《关于促进道路交通、自动驾驶技术发展和应用的指导意见》，提出到2025年，出台一批自动驾驶方面的基础性、关键性标准；建成一批国家级自动驾驶测试基地和先导应用示范工程，在部分场景实现规模化应用，推动自动驾驶技术产业化落地。

- 疫情下，政府、企业开始使用无人机/车开展疫情防控工作，无人机/车发挥着从消毒、宣传、巡逻、配送救援物资到疫情宣传、防控监测等各方面的作用，无人机/车成抗击疫情的防控利器，在很大程度上避免了交叉感染，并且辐射范围更大，效率更高，多用途多应用场景的优势彰显着无人机/车产业巨大的未来前景。
- 相信在疫情结束后，逐渐成熟的无人机/车系统将会以一种新方式，将人与人之间的纽带交织的更加紧密。政府和企业会逐渐加深对于无人机/车优势的认识，推动无人机/车标准及规范及无人机/车产业扶持政策的制定，并加大对于无人机需求量和采购量。

针对社区团购发展无序现状，国家市场监管总局联合商务部组织召开规范社区团购秩序行政指导会，提出了“九个不得”，规范社区团购经营行为

12月22日，国家市场监管总局联合商务部组织召开规范社区团购秩序行政指导会，提出了“九个不得”，规范社区团购经营行为。



- 政策让社区团购这个新的业态模式明朗化；其次，从反垄断、保护消费者权益、规范市场经营秩序等方面对互联网平台企业提出了明确要求，这有利于解决当前社区团购存在的种种乱象，避免一些恶性竞争情况。
- 目前，各大互联网平台都在烧钱抢社区团购市场，但社区团购如果想靠性价比以及服务优势突围，还得靠强大的供应链、完善的售后体系以及末端配送优势。只有全方位服务消费者，为消费者创造价值，把好品质关，才能实现持续健康发展。

2020Q4

中国物流市场价格和发展动态季报



物流行业动态

- 头部企业（阿里&菜鸟、京东&京东物流、顺丰等）
- 细分领域（快递、社区团购等）

想乐送 × LOG Research 罗戈研究

五大关键词盘点阿里巴巴2020年的一年

春雷计划

2020年4月7日，阿里巴巴董事会主席兼首席执行官张勇发布全员信，宣布阿里巴巴启动“春雷计划2020”，通过一系列举措，创造新供给、激发新需求、促进新贸易。

淘宝直播

2020年3月13日，淘宝直播进行组织架构升级，成立新淘宝直播事业部，由原淘宝直播合并掉原内容电商事业部其它业务线（哇哦视频、淘宝头条等）组成，原内容电商事业部总经理俞峰（花名玄德）担任新淘宝直播事业部负责人，向淘宝天猫总裁蒋凡汇报。

阿里云2.0

2020年9月17日，阿里在2020云栖大会会上宣布：阿里云进入2.0时代。2.0时代的核心是“云钉一体”和“云端一体”；“云钉一体”的“钉”是指钉钉，钉钉已经发展了1500万个中小企业，同时覆盖超两亿的企业用户；“云端一体”则是指技术在产品层面的落地，比如规模化的、量产的自动驾驶产品。

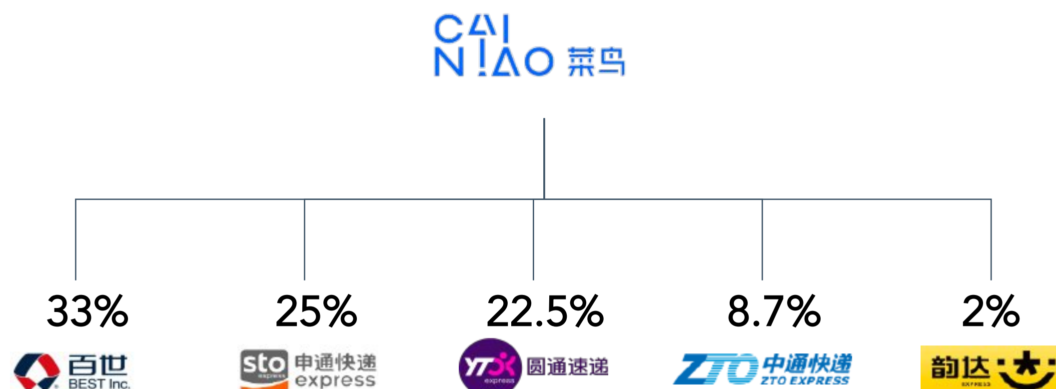
双十一战报

2020年11月11日，阿里发布双十一战报，总成交额4982亿元，“小时达”服务成阿里巴巴增长新引擎。

社区团购

12月1日，手机淘宝和支付宝在湖北地区上线“淘宝买菜”业务，这是阿里巴巴首次向社区团购业务开放核心流量资源。值得注意的是，阿里11月底刚刚领投了十荟团的C3轮融资。从阿里的投资逻辑来看，此次投资也十分符合阿里进军新业务时的一贯打法，即内部自主孵化与外部投资并购同时进行。

2020年，菜鸟网络点线面战略全面升级的一年，网络化、数字化是其发展的主题



菜鸟三大业务板块

消费者板块（菜鸟驿站、菜鸟裹裹）

商家板块（国内供应链+全球物流网络）

物流合作板块（物流园区+物流科技）

➢ 网络化

- 2020Q1阿里**入股韵达2%**；
- 2020年6月，阿里“输血”百世1.5亿美元可转债；随后增持百世，**投票权与周韶宁基本持平。**
- 2020年8月5日，菜鸟网络**上线菜鸟直送品牌。**
- 2020年9月1日，阿里以 66 亿元增持圆通 12%，累计持股由10.5%上调至**22.5%**，成为第二大股东。
- 2020年9月21日，阿里与申通签署了《经修订和重塑的购股权协议》，阿里投资32.95亿元，间接获得申通10.35%的股份，**累计25%**的股份。

➢ 数字化

- 6月23日，**菜鸟驿站宣布，升级为数字社区生活站**：通过团购、洗衣、回收等，带来家门口可信任的便利服务。这意味着菜鸟驿站将超越快递，面向社区商业、家庭消费等丰富场景，打造多样化、可复制的生活服务；告别单一服务，拓展商业空间。
- 9月28日，菜鸟在阿里巴巴2020年度全球投资者大会上，发布了“做物流行业数字化转型的引擎”的战略目标。

想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

2020年，京东及旗下企业IPO收成年

2020年6月6日，达达集团在纳斯达克上市，市值超100亿美元，到12月，达达的股价上涨将近2倍，营收的增长更是接近翻番。

2020年12月8日，京东健康在港交所上市，上市首日市值即突破3300亿港元，截止目前已达到4500亿港元，市值远超阿里健康和平安好医生。

2020年9月份，京东数科提交了在科创板的上市的招股书，估值约2000亿元人民币。

此外，京东物流也开始以400亿美金的估值筹谋2021年上市事宜，这也是京东旗下2020年有IPO消息的第三个子公司。



营收

5769亿元



年活跃用户

3.87亿



仓储面积

1700万平方米



员工人数

22万多人

- 6月18日，京东集团正式于香港联交所主板上市，股票代码为9618。**上市首日，京东总市值突破7068.12亿港元。**这是继2014年在纳斯达克上市后，京东集团在香港的二次上市。
- 6年间，京东集团的净收入从693.4亿元增长至5769亿元，非美国通用会计准则的净利润从2.24亿元增长至107.5亿元，年度活跃用户数从0.47亿增长至3.87亿，仓储面积从130万平方米增长至1700万平方米，员工数从3.320万人增长至22万多人。

- 目前，京东集团已经是中国最大的零售集团，业务布局涵盖零售、物流、技术服务、健康、智能产发、智联云和海外等多个领域。

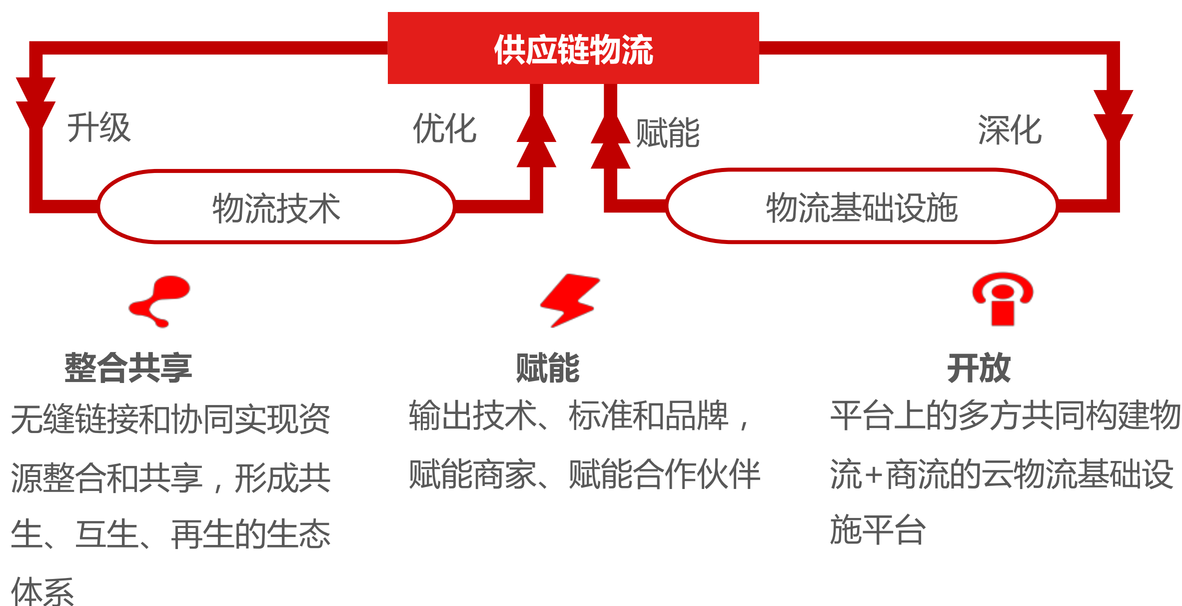
想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗戈研究

2020年，京东物流瞄准开放、技术和全球化

8月18日，京东官方宣布京东物流升级，带来全新的品牌形象、品牌使命以及品牌愿景；同时进行名为“梦想787”组织架构改革；即用8个前台和7个中后台同时运作去打开广阔的7大区域市场，言下之意，京东物流未来的路会更倚重技术，进行全球市场布局。

10月22日，京东物流正式发布物流科技品牌“JDL物流科技”，这是京东物流通过技术打造第二增长曲线的又一里程碑事件。





仓库：750个；**仓储总面积**：约1800万平方米

订单履约时效：超90%自营订单可以在24小时内送达

智能物流园区：28座；**无人仓**：70座

- 相较于通过基础设施的建设，以完善仓、运、配、快递、冷链、大小件等供应链物流服务来为开放业务实现快速增长的第一条曲线，依托于物流科技，包括无人技术、价值供应链、云仓等应用为业务带来明显的增效降本的第二条曲线，在当前的大趋势下更能实现持续的高质增长。

京东另起新网——众邮快递，提升末端把控能力，同时加快社区零售布局

2020 年1月，京东推出名为“众邮快递”的快递公司，是专注3kg以内的经济快递加盟平台网络，陆续在全国注册公司，计划三年左右的规划周期来打造。京东尝试以加盟制低成本扩张方式满足增长的外单需求，抢夺低价电商件市场。

12月上旬，京东完成新一轮调整，主攻下沉市场的京喜由原来零售集团下面的事业部直接升级为京喜事业群；众邮快递更名为京喜快递，并归属调整后的京喜事业群。

主要调整

- 京喜直接升级为京喜事业群；
- 新通路、社区团购、1号店业务，以及京东商城市场部全部整合进新京喜事业群；
- 任命新负责人李亚龙，直接向刘强东汇报。

京喜双十一战报

- 11月11日当天，京喜订单量达到近**1500万**单；
- 11月1-11日，京喜APP日活跃用户同比增长**260%**。



- 京东另起新网可满足平台第三方卖家对物流需求，削弱其对阿里系快递公司的依赖，京东平台第三方卖家因京东物流较高的定价仍大量依赖通达系快递公司，随着阿里不断加大对通达系快递公司的投资力度，京东希望通过新网来消化平台内部的物流需求，逐渐降低通达系对平台卖家的吸引力。
- 京喜在集团层面的强势升级，主要得益于其作为京东下沉战略的重要抓手，自身就有着不错的表现。此次调整，将近一步强化京东对于下沉市场在商流、物流的把控。
- 此外，京东此次对京喜进行战略调整，不仅整合多项业务升级成事业群，而且还有单独的物流团队；尤其刘强东本人亲自带队，说明京东也想在“群雄逐鹿”的社区团购行业中有所斩获。

顺丰2020年大事记盘点，高歌猛进，剑指王者

2020年，国内四大快递上市公司中，**顺丰是唯一一个既增量又增收的快递企业**；申通则面临增量不增收的尴尬局面，几乎2020年每个月收入负增长；韵达和圆通则处于追逐战，业务量增速上此消彼长，收入增速圆通处于领先，韵达价格跌幅更大。

回顾2020年，顺丰表现颇为抢眼，2020年顺丰速运业务和供应链业务总收入约为1517亿元，同比增长为37%；业务量为81亿单，同比增长48%。

21年1月31日，市值更是突破4500亿。

丰巢快递柜

- 5月，丰巢收购速递易，市占率破65%，快递柜市场一家独大；21年1月，丰巢开曼再获4亿美元融资。丰巢虽持续亏损，但无接触配送在疫情之下得到彻底释放，客户的需求也使得丰巢在收入方面翻倍增长，对于顺丰也已上线丰巢柜到柜产品，低至1分钱寄件吸引客户。

丰网速运

- 9月中旬，顺丰低调运营丰网速运，降维打击通达系、主攻中低端电商客户，顺丰市占率强势增长。目前，丰网已在杭州、金华、广州、佛山、泉州等地建立独立分拨，21年计划在河南、湖北等地加紧建设，提升运营效率，加速快慢分离进程，并最终将丰网独立运营。

顺丰航空

- 2020年，顺丰航空旗下飞机增加2架；目前，顺丰航空在役全货机数量共63架，国内通航站点超过50个，是国内最大、运营全货机数量最多的货运航空公司。

社区团购“丰伙台”

- 12月下旬，顺丰低调上线“丰伙台”，或进军社区团购。不过，顺丰方面却未将“丰伙台”定位为社区团购，而是“新型供应链生态赋能者”。

顺丰、韵达、圆通、申通2020年经营数据出炉，顺丰营收领跑

1月18日，顺丰、韵达、圆通、申通2020年经营数据出炉，2020年4大快递全年情况也基本可以测算。顺丰2020年全年营收1517亿，快递业务量增速近7成；韵达2020年全年快递业务量141.82亿票，韵达要走一条不同于“通达百”的路线，韵达已经左拥德邦快递，右抱苏宁物流；圆通2020年全年快递业务量126.48亿票，市占率“冲二”失败，重新聚焦航空战略；申通2020年全年快递业务量88.18亿票，增量较小。

企业	营业收入（亿元）	同比（%）	快递业务量（亿票）	同比（%）	市占率
顺丰	1446.3	36.47%	81.37	68.43%	9.76%
韵达	319.47	-0.05%	141.82	41.40%	17.01%
圆通	285.68	4.22%	126.48	38.76%	15.17%
申通	207.35	-9.62%	88.18	19.63%	10.58%

备注：顺丰快递业务量为顺丰速运业务量。

- 目前国内4大上市快递企业中，韵达位居第一，年业务量达141.82亿票；圆通速递年业务量首次破100亿票，达126.48亿票；顺丰和申通年业务量分别为81.37亿票和88.18亿票。
- 1-12月累计业务量增速排名为：顺丰（68.43%）>韵达（41.4%）>圆通（38.76%）>行业（31.2%）>申通（19.63%）。

多家企业探索“快递最后一公里”解决方案，各显神通

2020年，我国快递业务量的快速发展，快递行业“最后一公里”问题凸显，不论是丰巢和速递易的合并，还是顺丰、通达系不断加码驿站，都恰恰说明快递末端配送是行业亟待解决的“短板”。2020年，各企业都通过各自的方式探索最后一公里解决方案。

方案一：合资并购，快速扩张

- 2020年5月5日，丰巢科技确认与中邮智递正在进行股权重组事宜。签约后，中邮智递将成为丰巢的全资子公司，中邮智递原股东中邮资本、三泰控股将合计持有丰巢28.68%股权。丰巢方面表示，此次重组的目 的主要将用于丰巢智能快递柜业务的全国铺开及扩张，将“最后一公里”的末端网点布局进一步落到实处。

方案二：自建品牌，广泛结盟

- 2020年8月，申通快递在内部快递网络中大力推广自建的快递末端门店品牌——“喵站”。喵站将以独立品牌运作，系统已经和同行系统打通，可以代收中通、韵达、圆通、百世的快件，后续会在对接极兔、天天和德邦。

方案三：立足主业，兼顾副业

- 2020年6月23日，菜鸟驿站宣布，升级为数字生活社区服务站，提供包括包裹、团购、洗衣、回收等便利服务。
- 2020年10月，京东全国首个取送服务中心—小蜜蜂落户北京，该服务中心除了为消费者提供快递、外卖等取送一站式服务外，服务中心还增设了洗衣送菜、闲置存储、旧衣回收、纸箱回收等多元社区特色服务。

方案四：技术创新，无人机器人

- 2020年9 月17日，阿里巴巴发布物流机器人“小蛮驴”，同时发布机器人平台，正式进军机器人赛道；同时阿里表示，物流机器人是阿里末端物流的解决方案之一。

互联网巨头群雄社区团购共逐鹿，胜负未知

2020 年来，受疫情影响，社区团购模式受青睐，一方面资本密集注入该赛道，阿里投资十荟团，京东投资兴盛优选；另一方面各大互联网巨头加速抢占该赛道：美团推出美团优选，拼多多推出多多买菜，滴滴推出橙心优选；社区团购行业的整合加速，市场集中度不断提升。

传统垂直行业头部玩家



兴盛优选

- 17年进场
- 2019年，平台GMV达到100亿元；
- 2020年，平台GMV预计将达到400亿元；
- 辐射湖南等17省126城，6000多个地、县级市和乡镇，近4万个自然村。



十荟团

- 18年进场
- 2019年，平台月GMV达到1.5亿元；
- 2020年，平台月GMV预计将达到7亿元；
- 覆盖华北、华东、华中、西南、华南、西北6个大区、240 个城市、10万个社区。

新进互联网巨头



美团优选

- 2020年7月入局，首开城市山东济南；
- 首开城市山东济南日单量已经突破100万单；
- 2020年9月3日宣布“千城计划”，旨在年底前实现全国覆盖，目前，已基本完成。



多多买菜

- 2020年8月入局，首开城市西安；
- 首开城市西安日单量超八万；
- 目前，多多买菜已经覆盖160个城市。



橙心优选

- 2020年6月入局，首开城市成都；
- 截止2020年9月底，日单量突破280万单；
- 目前已覆盖了以成都为首的16 个省市。

想乐送 × LOGResearch 罗戈研究

三大航司混改完成，航空货运未来可期

企业名称	国货航	东航物流	南航物流
混改前准备措施	2018年，资源整合	2017年，剥离整合	以南航集团原货运部为主体，整合相关货运资源
混改时间	2020年8月	2017年	2020年9月
混改方式	增资扩股+员工持股	增资扩股+员工持股	增资扩股+员工持股
混改原因	盈利空间变小，国货航需要进行业务转型	传统管理体制制约：暂未形成全服务链条	完善市场化经营机制，增强竞争力和综合实力
引入投资者类型	战略投资者+财务投资者	战略投资者+财务投资者	未区分战略投资方与财务投资方及设置行业限制
增资金额与投资者数量	拟释放持股比例不超过31%，新增投资人数量不超过10个，增资金额试情况而定	2017年引入联想控股、普洛斯、德邦物流、绿地金控四家战略投资者，以22.55亿元出让45%的股权	拟通过增资扩股方式征集1-15名战略投资者，股权比例不超过49.5%
员工持股对象、人数、比例、金额	增资项目中，员工持股计划不超过3%	对象：主要为公司的中高级管理人员及核心员工125人； 员工持股比例：10%； 出资总金额：近4亿。	增资项目包含员工持股
配套改革	——	员工“脱马甲”，重新建立市场化劳动关系职业经理人	——
IPO上市	——	2020年5月份提交了上市招股计划书	——

CONTENTS

目 录



商业&供应链动态

- 经济运行
- 商业发展
- 供应链发展

Part 1



物流行业发展

- 运行数据
- 物流政策
- 行业动态

Part 2



Q4物流资源价格分析

- 仓储价格水平
- 干线价格水平
- 配送价格水平

Part 3



数据分析说明

本部分价格分析分仓储、干线、配送三个部分，具体涉及

（1）整体层面：全国各省/直辖市仓储（高台库）、配送价格均值总体视图；公路运价走势；联想大数据情报体系月均干线、配送价格走势；

（2）主要城市/线路的月度价格均值走势。



数据来源：联想大数据情报体系、G7、物联云仓、中物联

时间区间：2020年01月 至 2020年12月

分析覆盖的城市/线路：



- **仓储**：覆盖全国主要省会城市、直辖市，以及部分重点城市共计**37**个城市的高台库进行了价格分析，具体包括：北京、上海、广州、成都、合肥、武汉、天津、重庆、杭州、芜湖、深圳、郑州、南昌、福州、青岛、济南、宁波、南京、厦门、南宁、海口、长沙、贵阳、昆明、哈尔滨、沈阳、长春、太原、石家庄、兰州、西安、银川、乌鲁木齐、西宁、呼和浩特、临沂、九江
- **干线**：共63条线路，具体为：北京、上海、深圳、成都、合肥、武汉至上海、杭州、济南、青岛、广州、深圳、北京、天津、武汉、郑州、南昌、西安、成都、重庆
- **配送**：全国**26**个主要城市省内配送的轻货价格分析，具体包括：成都、拉萨、长春、沈阳、哈尔滨、西安、南宁、海口、广州、太原、西宁、银川、兰州、乌鲁木齐、贵阳、昆明、长沙、武汉、济南、石家庄、郑州、福州、南昌、杭州、南京、合肥



×



/01

仓储价格水平

- **整体概况** // 国内仓储存量与未来供应分布、国内省市仓储价格水平
- **城市仓储价格水平（高台库）**

数据说明：

- 剔除价格异常值，计算总面积不小于5000平米的高台库

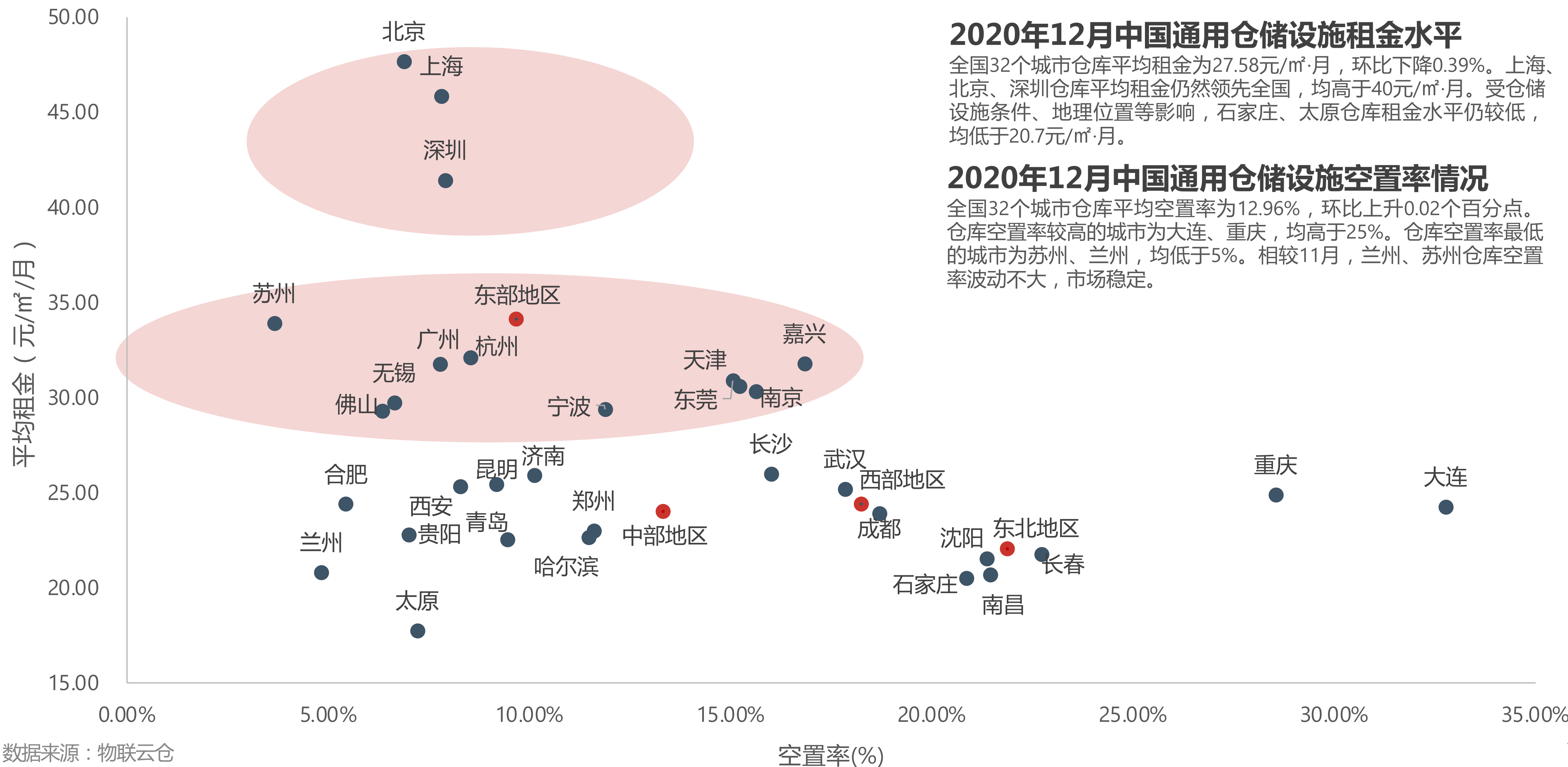






想乐送 联天下 想必达 × LOGResearch 罗 戈 研 究

2020年12月通用仓储租金均价27.58元/平/月，平均空置率为12.96%



2020年12月中国通用仓储设施租金水平

全国32个城市仓库平均租金为27.58元/㎡·月，环比下降0.39%。上海、北京、深圳仓库平均租金仍然领先全国，均高于40元/㎡·月。受仓储设施条件、地理位置等影响，石家庄、太原仓库租金水平仍较低，均低于20.7元/㎡·月。

2020年12月中国通用仓储设施空置率情况

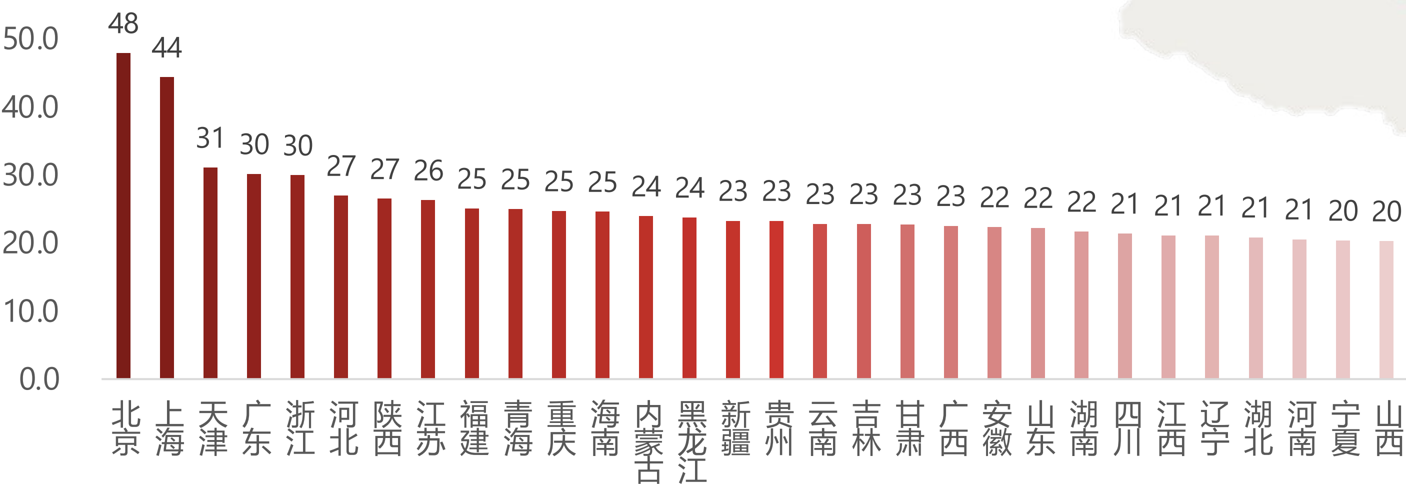
全国32个城市仓库平均空置率为12.96%，环比上升0.02个百分点。仓库空置率较高的城市为大连、重庆，均高于25%。仓库空置率最低的城市为苏州、兰州，均低于5%。相较11月，兰州、苏州仓库空置率波动不大，市场稳定。

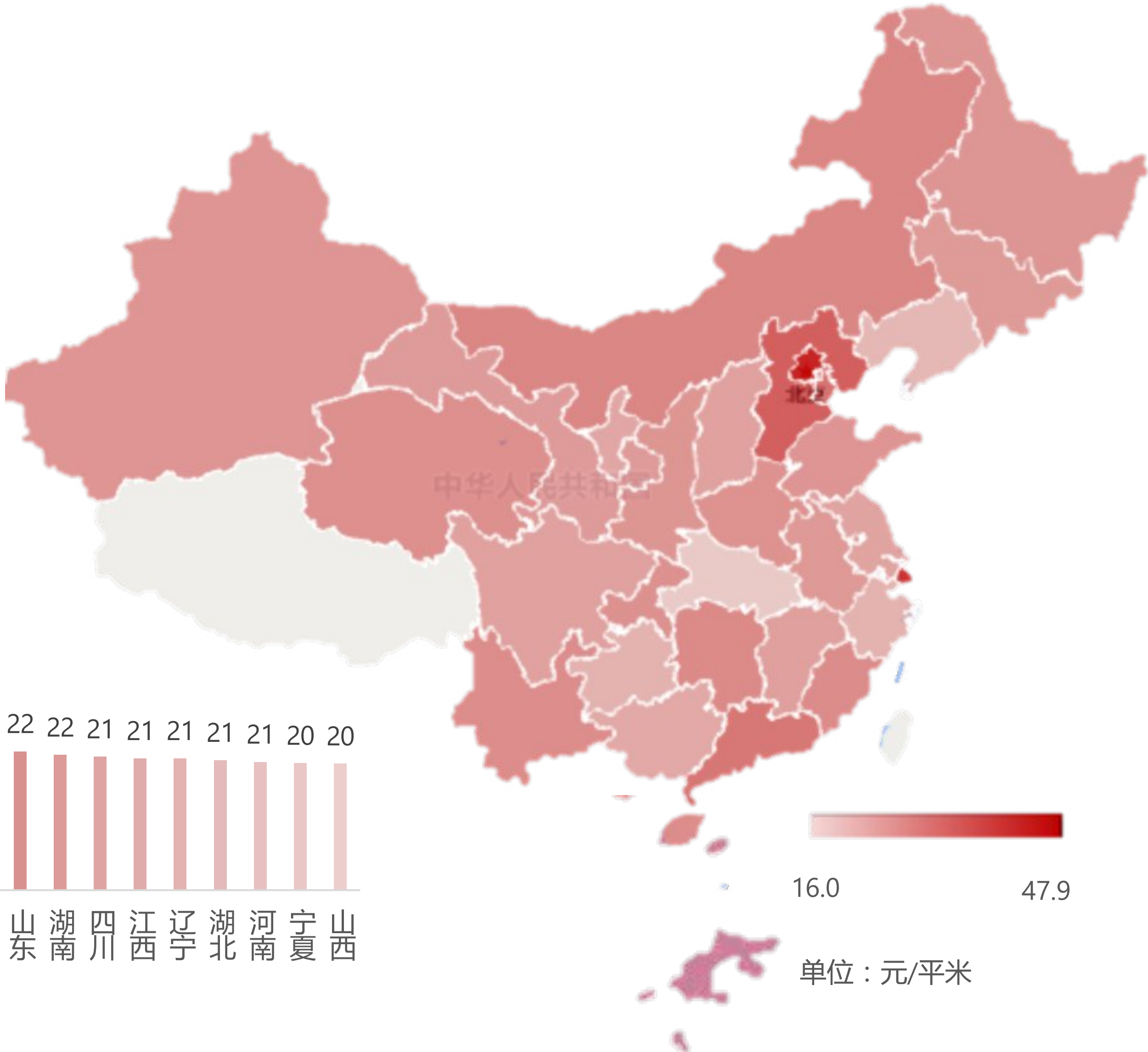
数据来源：物联云仓

联想 × LOG Research 罗戈研究

2020年12月全国均价25.1元/平/月，华北及沿海城市整体较高

2020年12月全国范围高台库均价25.1元/平/月，整体价格呈现华北及东部沿海城市整体较高，中部及西南相对较低的态势，其中北京最高，达47.9元/平/月，其次是上海。山西最低，约为20.3元/平/月。



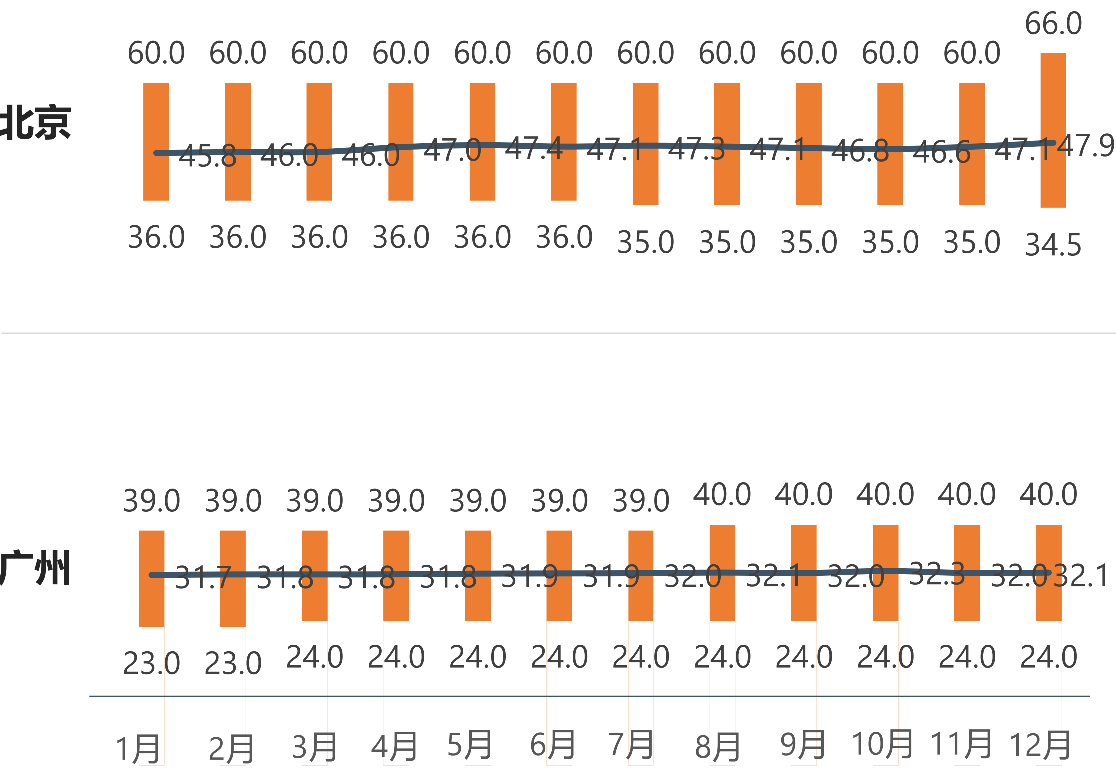


数据来源：联想大数据情报体系

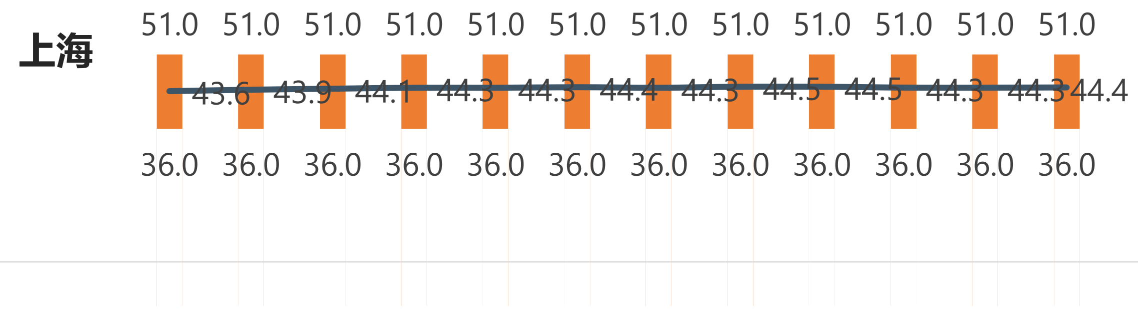
超一线城市仓储价格水平（高台库）

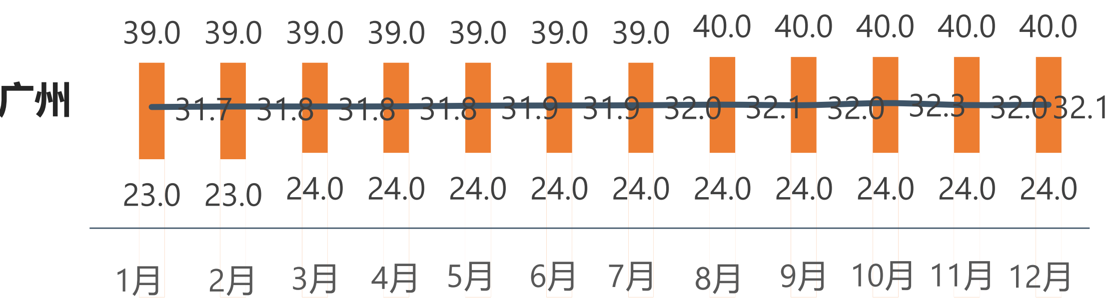
超一线城市高台库平均价格要显著高于其他城市，其中以北京为最，均价保持在47元/平/月左右，12月因为北京疫情防控影响，仓储价格明显上涨。

北京

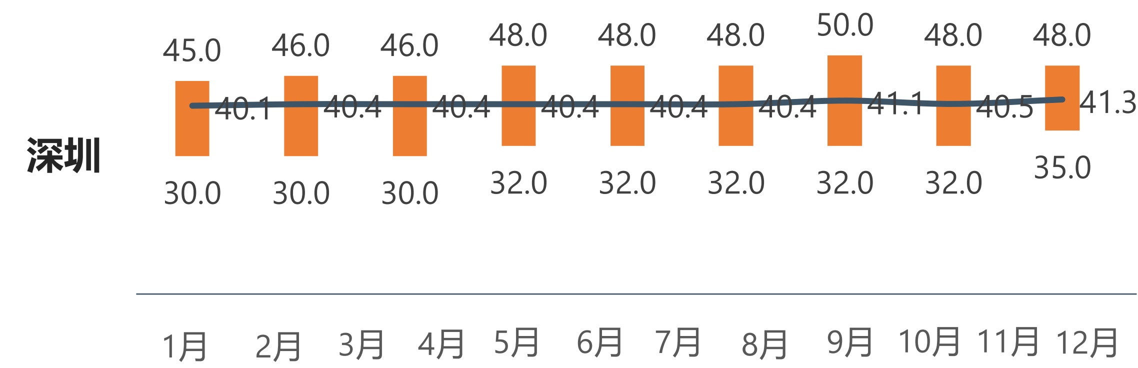


上海





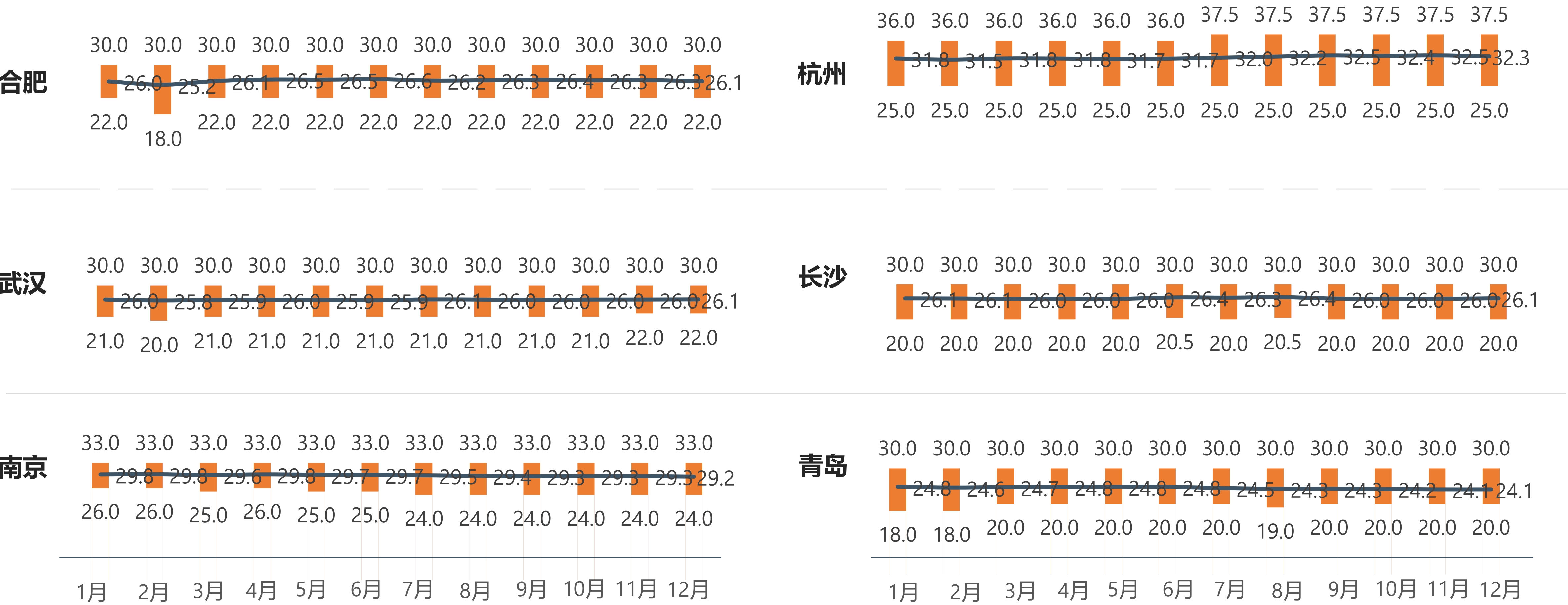
深圳



单位：元/平/月

一线城市仓储价格水平（高台库）

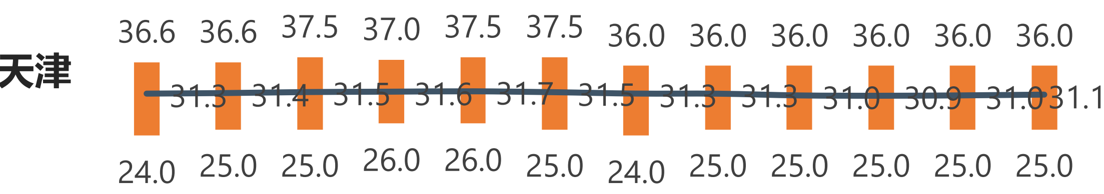
一线城市高台库价格与地域有一定关系，杭州、南京等东部城市明显高于中部地区（武汉、长沙等地），其中杭州H2价格明显高于H1。整体来看，高台库仓储价格水平整体随时间波动较小。

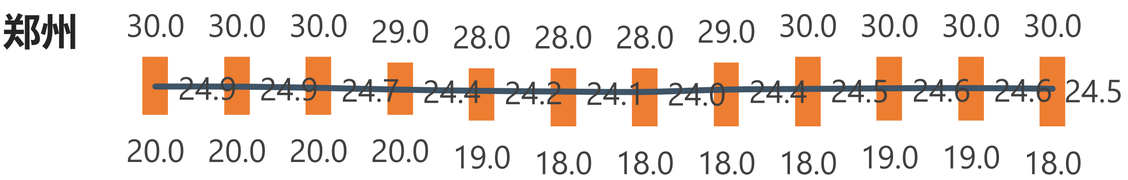


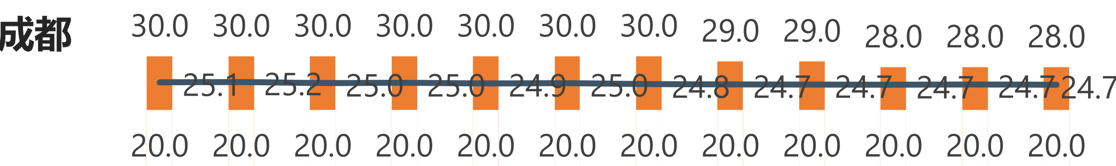
单位：元/平/月

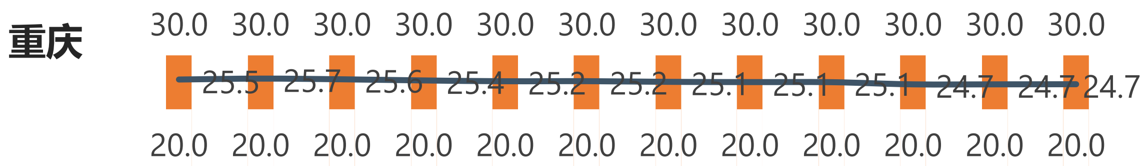
一线城市仓储价格水平（高台库）

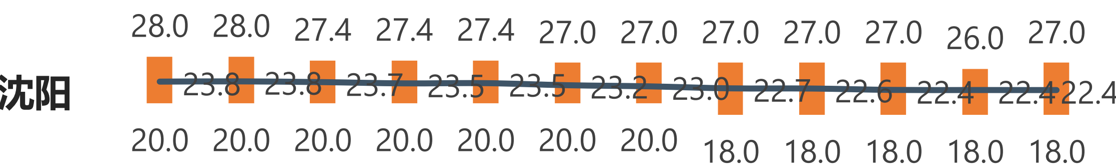
一线城市北部及西南地区中，天津高台库平均价格要显著高于其他城市，在整体一线城市价格中也处于高位，仅次于杭州。除此以外，沈阳仓储价格Q3、Q4明显走低，平均价格处于一线城市最低。

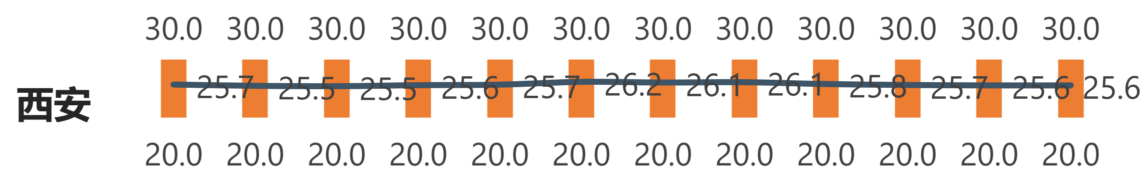












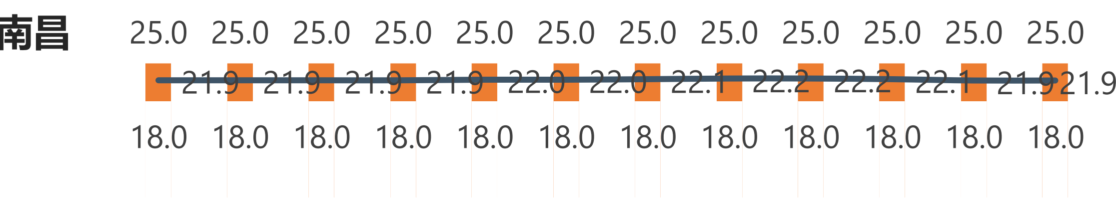
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

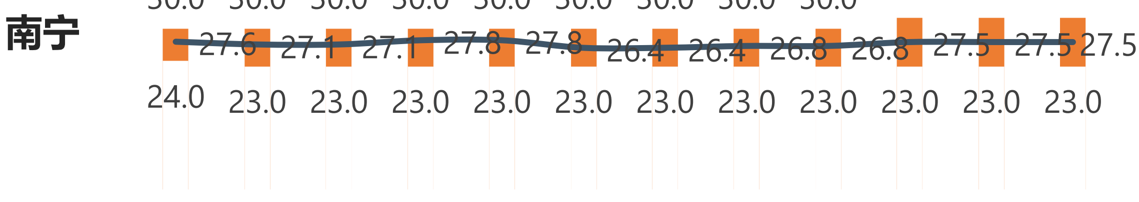
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

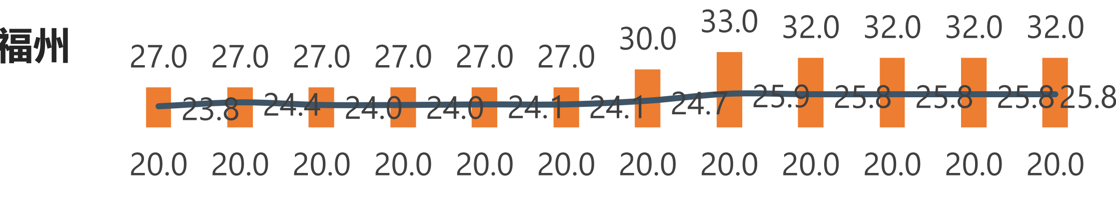
单位：元/平/月

二线城市仓储价格水平（高台库）

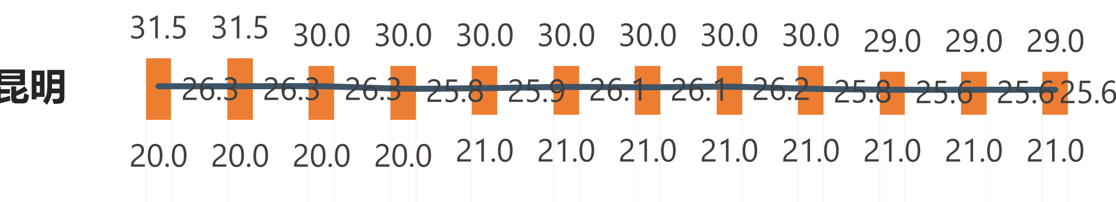
二线城市华南地区如厦门、福州等地明显高于其他地区，其中厦门仓储价格平均仓储价格达到29.8元/平/月，高于大部分一线城市；福州Q3、Q4仓储价格走高，其他城市基本保持不变。

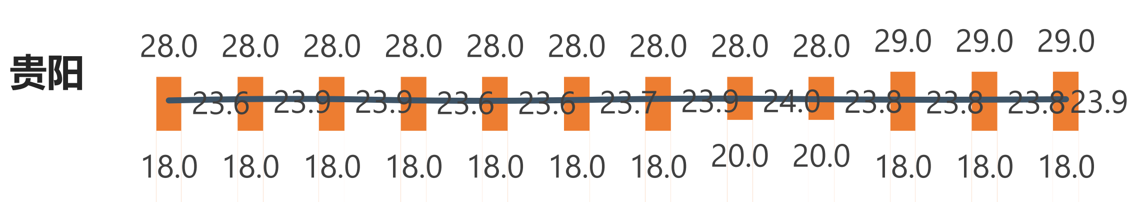








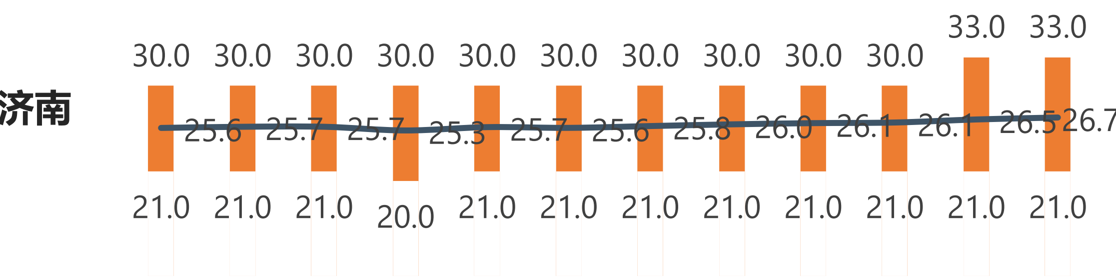


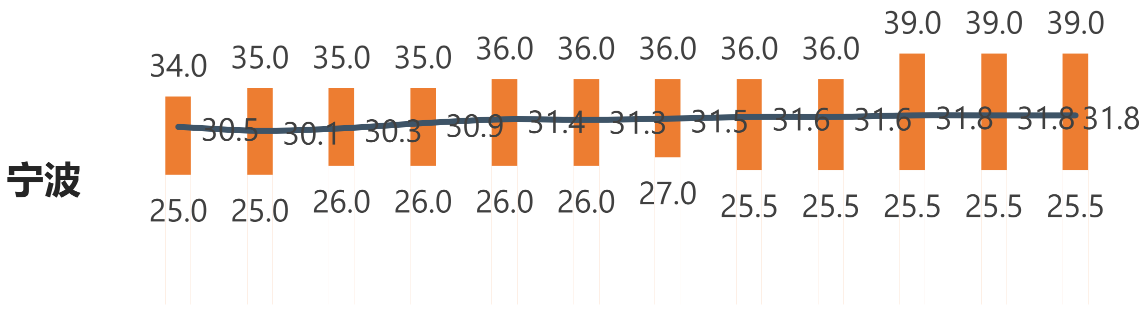


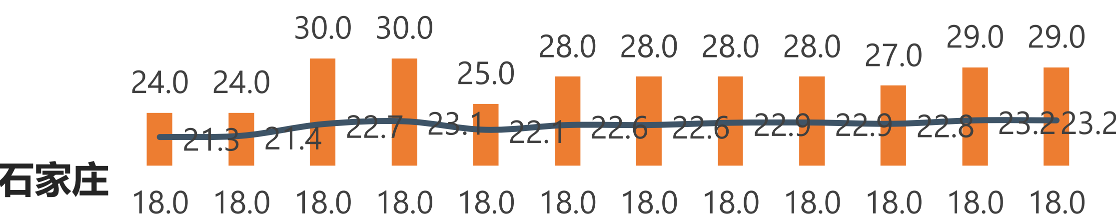
单位：元/平/月

二线城市仓储价格水平（高台库）

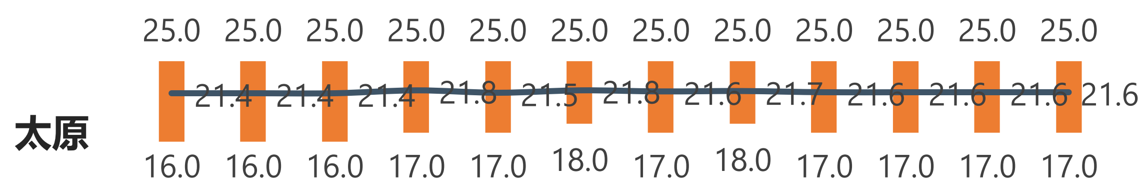
二线城市中宁波仓储价格最高，达到31.2元/平/月，远超大部分一线城市，且Q4价格上涨明显。石家庄受疫情影响，12受疫情影响，12月份仓储价格明显增长。







1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

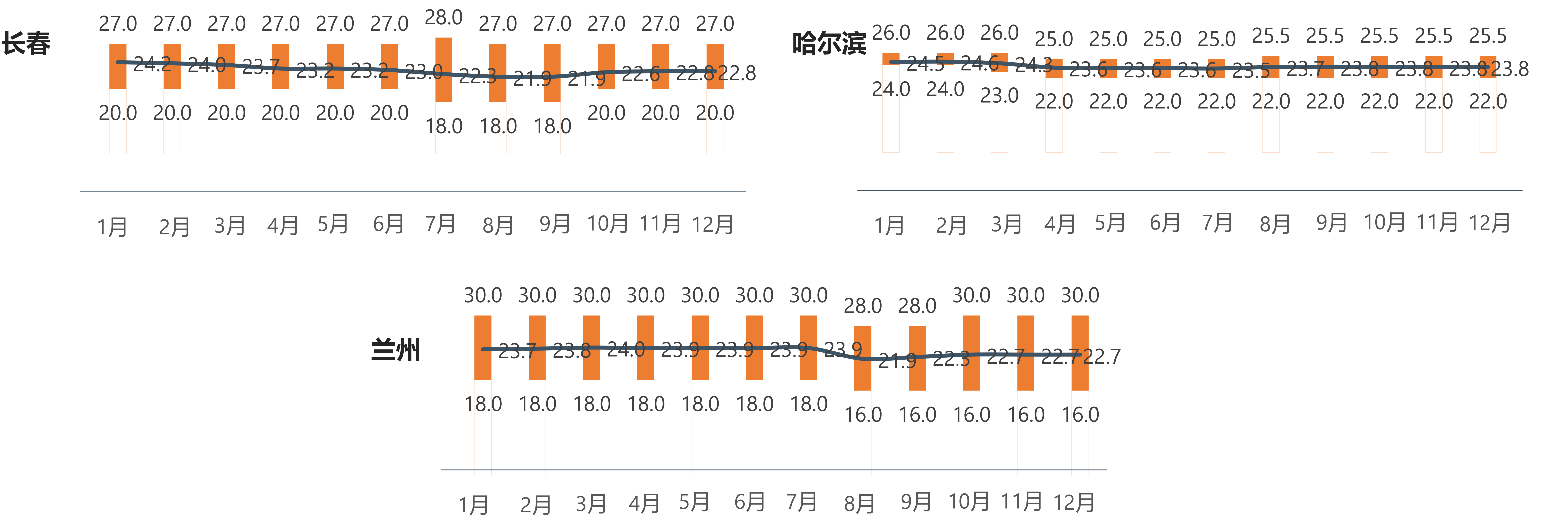


1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

单位：元/平/月

二线城市仓储价格水平（高台库）

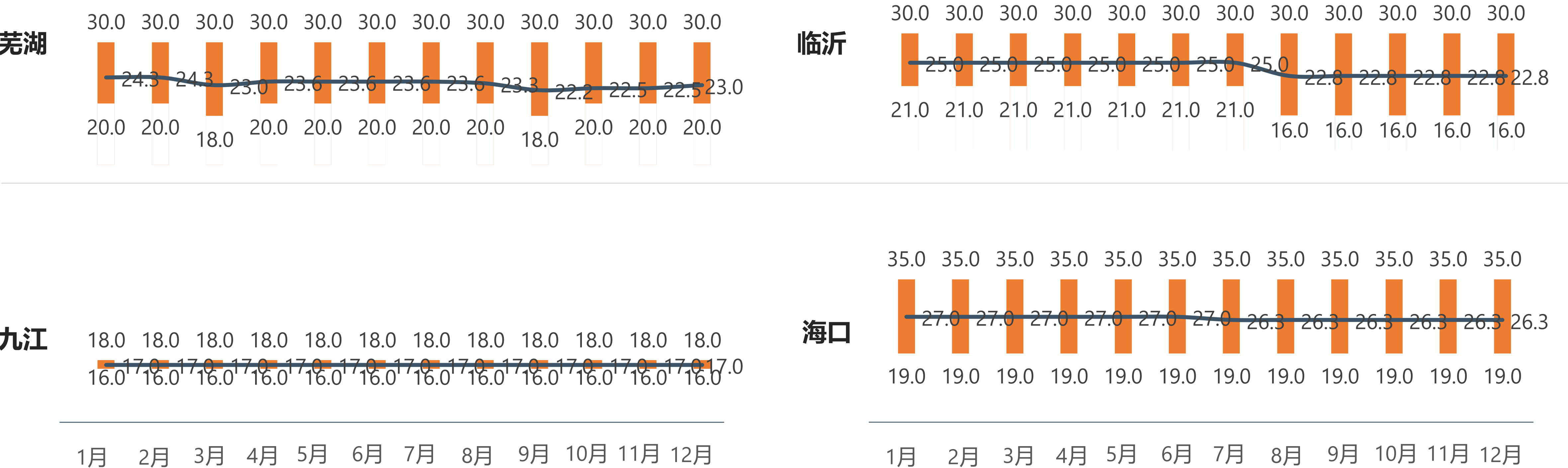
哈尔滨高台库仓储价格较为平稳，最高值与最低值相差较小；长沙、兰州等地Q3、Q4价格小幅下滑，整体波动不大。



单位：元/平/月

三、四线城市仓储价格水平（高台库）

三、四线城市整体高台库价格较低，但沿海地区如芜湖、临沂、海口等地仓储价格保持在高位水平，均价超过20元/平/月。九江地区价格浮动不大，全年价格水平稳定在17元/平/月.

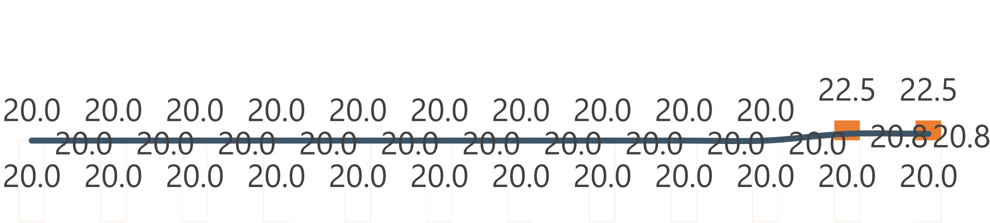


单位：元/平/月

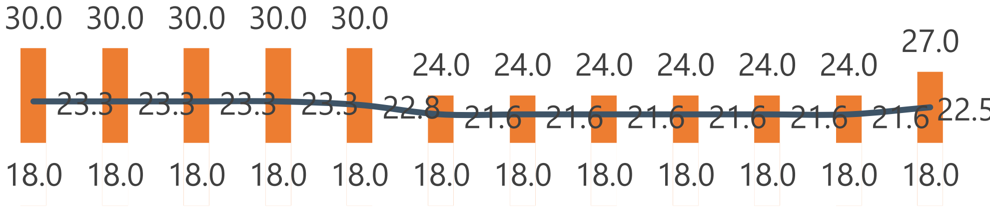
三、四线城市仓储价格水平（高台库）

西北地区三、四线城市高台库仓储价格水平整体随时间波动较小，其中银川地区全年波动较大，Q2明显低于全年平均水平。呼和浩特和乌鲁木齐地区12月份价格明显上涨。

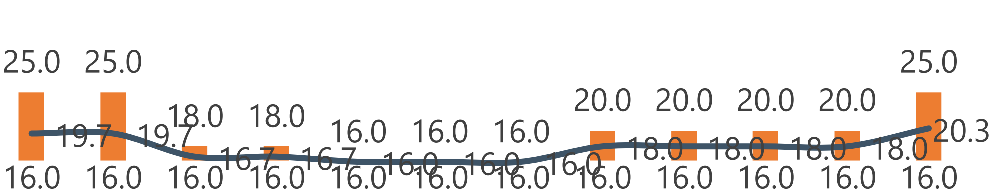
呼和浩特



乌鲁木齐

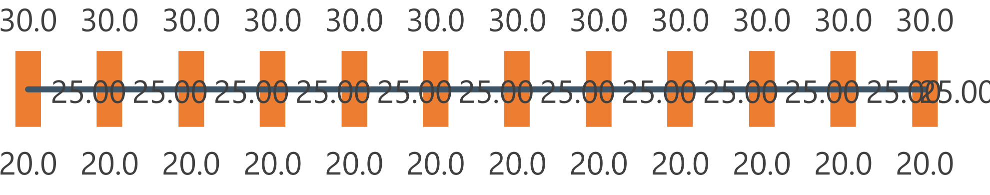


银川



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

西宁



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

单位：元/平/月

/02

干线价格水平

- **整体概况** // 中国公路运价走势、轻货价格走势
- **干线线路价格水平** // 轻货

数据说明：

- 联想大数据情报体系轻货干线价格月度走势；
- 标杆价格说明：时间计算维度为2020.010-2020.12；针对零担价格，单票10方左右价格（含税）；一般时效，非特殊加急和特殊时效要求情况下；零担运输不需要提送货情况下；整车价格为16.5米厢式车

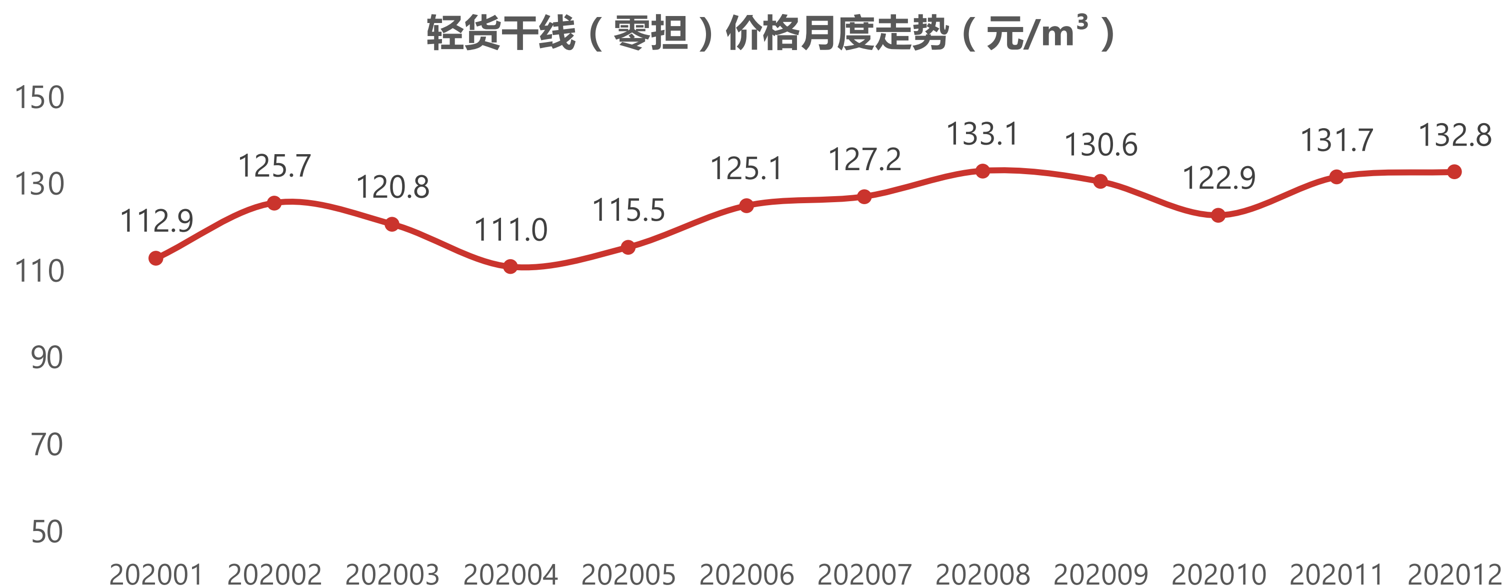






轻货干线价格走势：H1价格波动较大，H2整体保持缓慢上升趋势

从时间维度来看，2020年第一季度干线价格浮动较大，4月达到最低值后保持缓慢上升趋势，9月、10月价格略有回落但后迅速恢复仍保持高位运行。

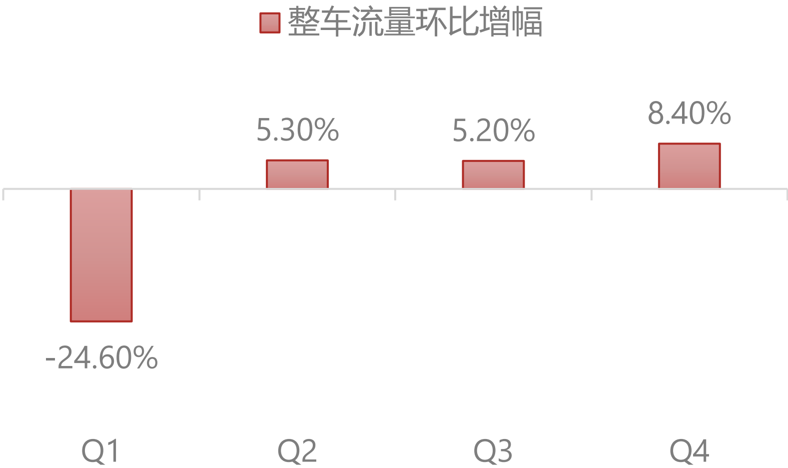


数据来源：联想大数据情报体系

2020年全国干线运量下降0.2%，运城-榆林成为最“繁忙”线路

2020年一季度公路干线通道严重受阻，全国整车运量同比大幅下降24.6%。严格的疫情防控举措在二季度显现成果，加上内循环经济政策的指引与刺激，二季度至四季度货运量全面复苏并大大超过去年同期。经过一年的努力，2020年全国干线运输量几乎与2019年持平。

2020年整车流量景气指数变化情况



其中，天津、浙江、黑龙江、福建、江西、青海、上海、山东、宁夏、湖北、北京、新疆等12省全年公路货运量较2019年负增长。

2020年TOP10整车线路

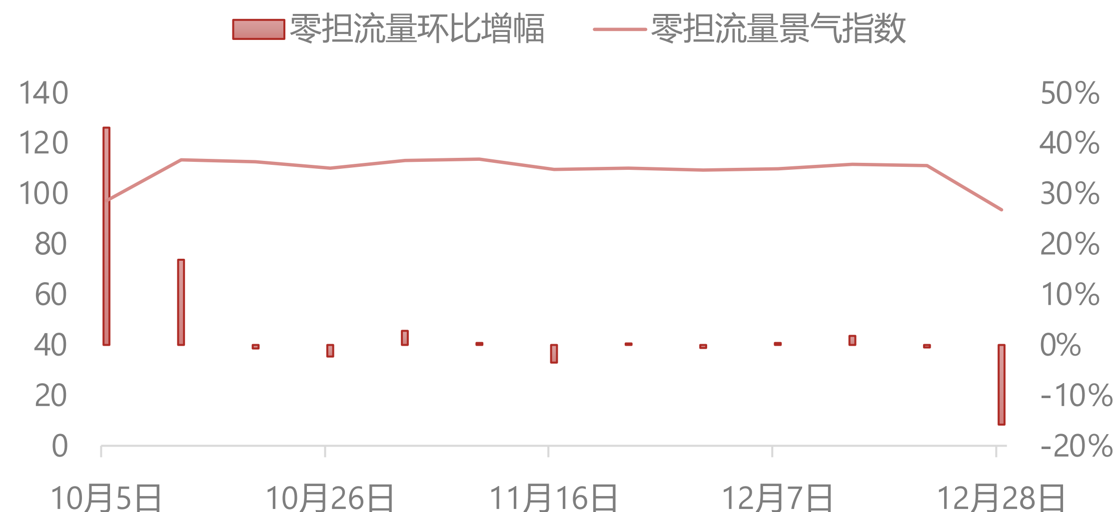
排名	线路	线路货运量占比
1	运城-榆林	0.65%
2	北京-沈阳	0.43%
3	上海-成都	0.41%
4	广州-上海	0.40%
5	南宁-广州	0.38%
6	北京-上海	0.37%
7	苏州-广州	0.32%
8	天津-上海	0.31%
9	沈阳-哈尔滨	0.31%
10	武汉-广州	0.31%

数据来源：G7

Q4整车&零担流量走势：双节后恢复平稳，12月份受疫情防控影响逐渐下滑

双节期间，公路货运流量大幅下滑，后逐渐恢复平稳，但12月份受部分地区疫情防控影响呈现下滑趋势，公路整车货运流量指数为100.7，环比下降9.7%；零担流量指数为93.6，环比下降15.8%。





数据说明：

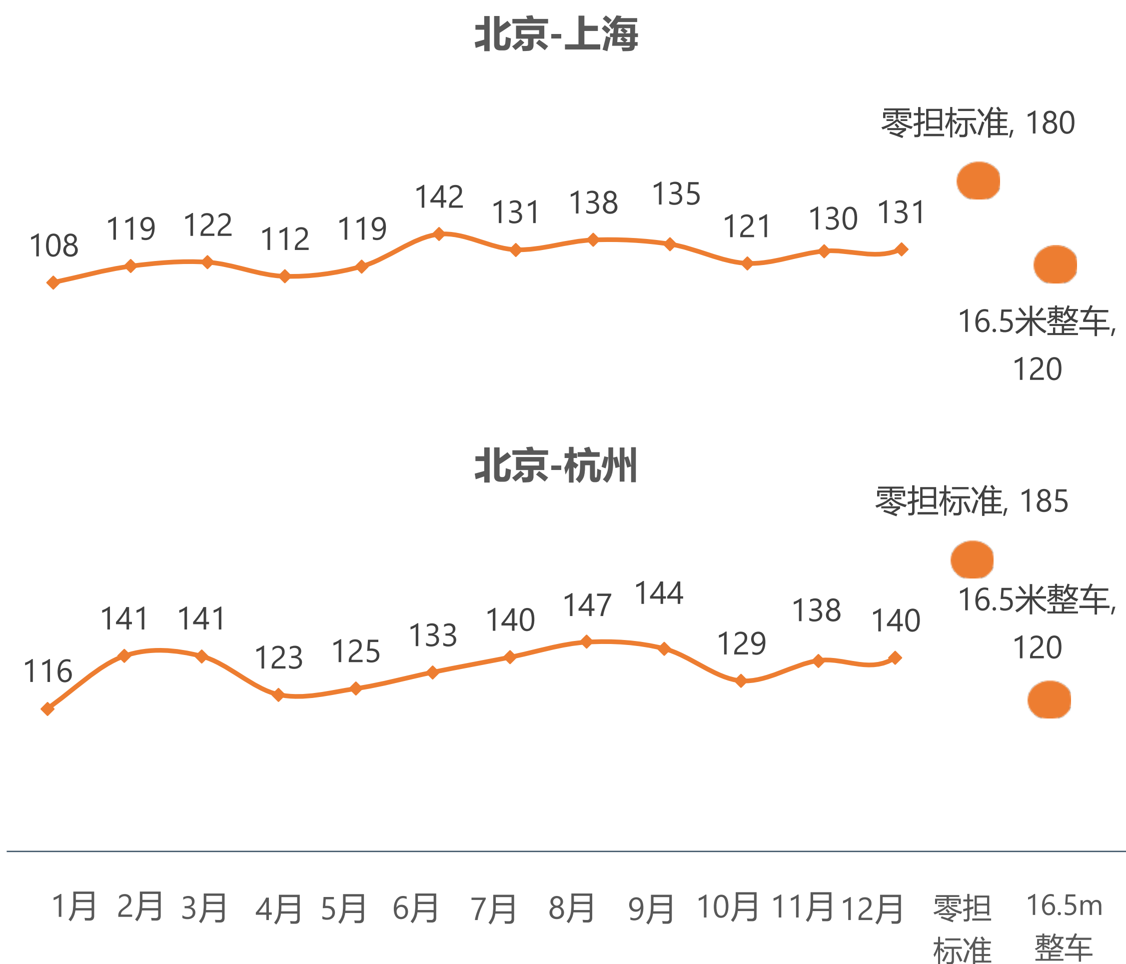
基于 G7 物联网平台大数据整理发布，多维度反映我国公路货运的畅通状况与实时动态

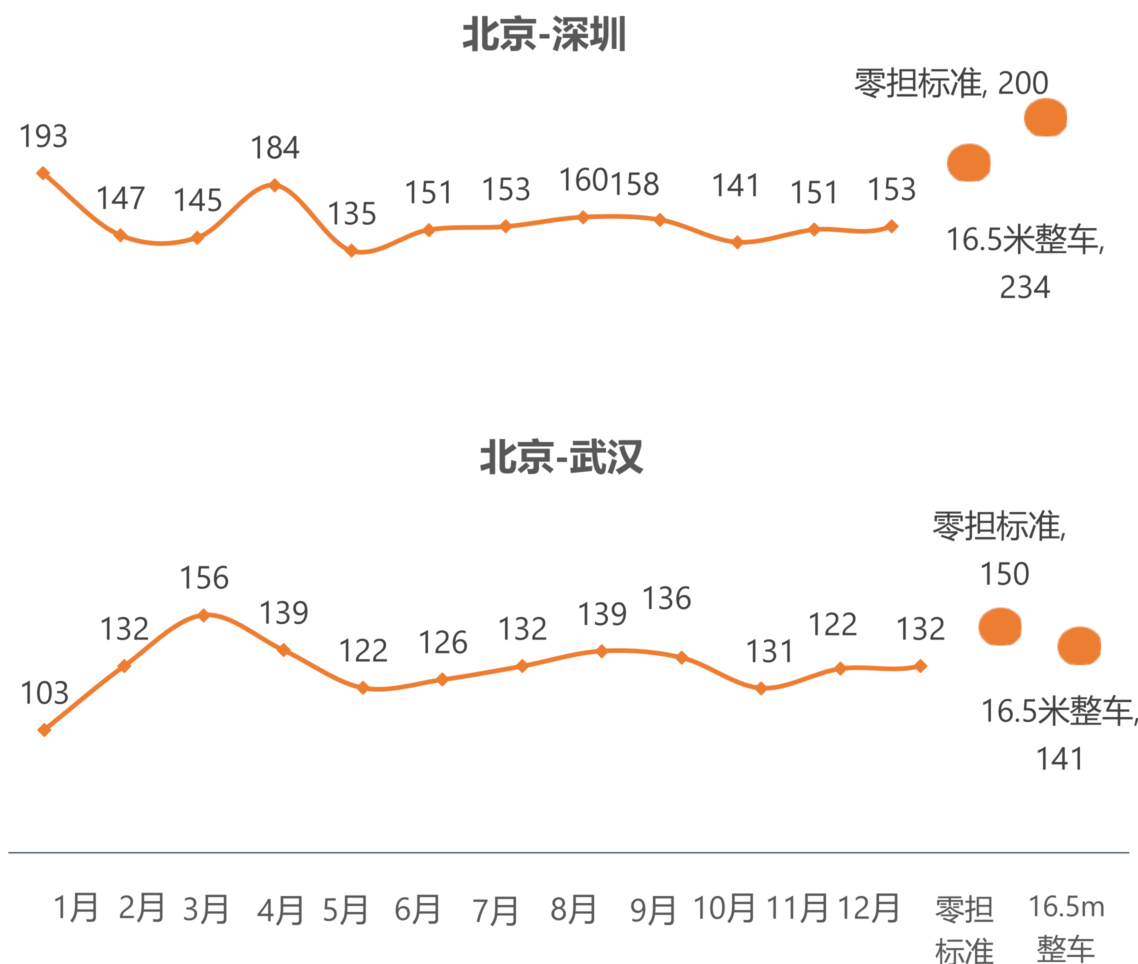
除疫情重点区域外，各项指数以自然周为颗粒度，以2019年11月日均值为基准。计算方式以整车流量景气指数为例：整车流量景气指数= 当周整车日均任务数 / 2019年11月整车日均任务数 x 100

数据来源：G7

干线价格水平（轻货）

北京发往其他重点城市干线价格不同线路表现不一，其中北京-武汉因疫情影响Q1、Q2波动较高，北京-上海整体保持稳定。



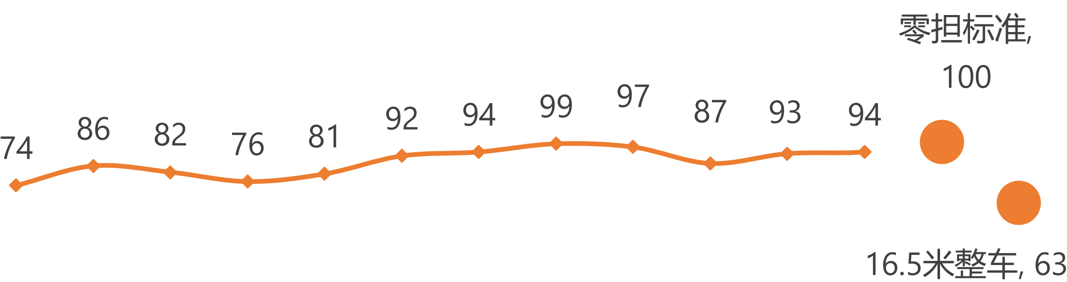


单位：元/立方

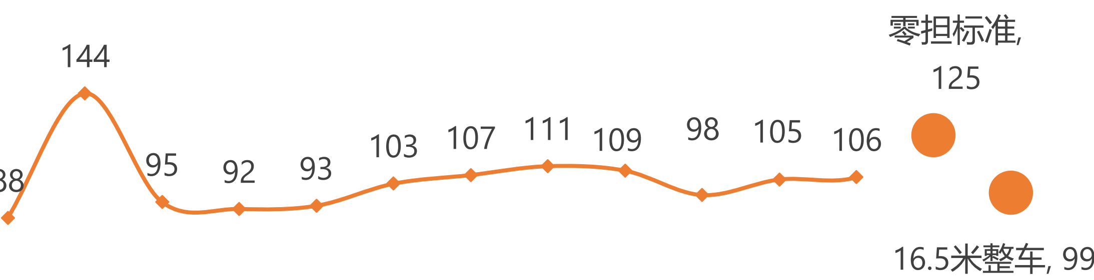
干线价格水平（轻货）

北京发往济南及天津干线价格整体保持稳定，发往郑州、西安Q1、Q2有明显波动，Q3、Q4相对保持稳定。

北京-济南

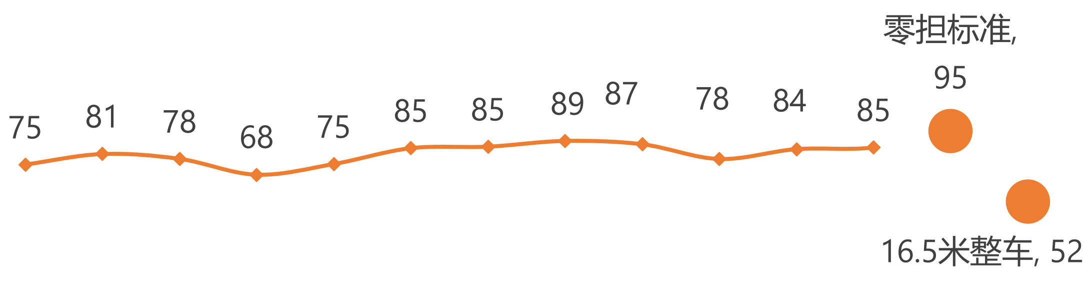


北京-郑州

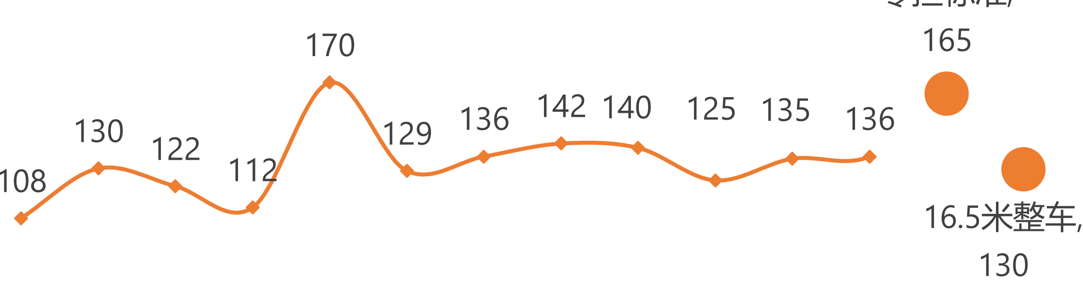


1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

北京-天津



北京-西安

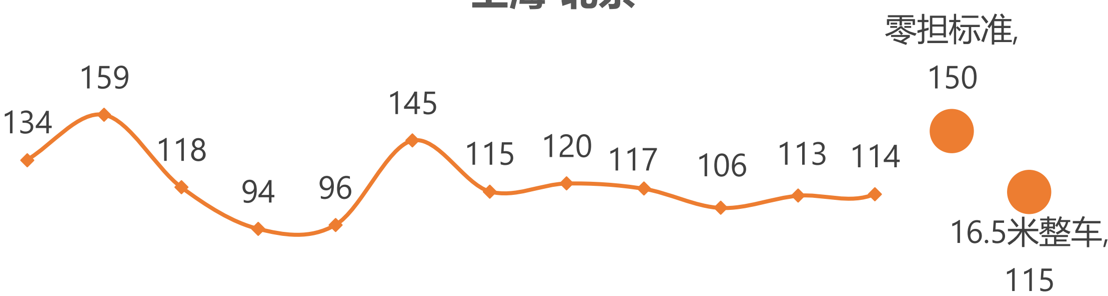


1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

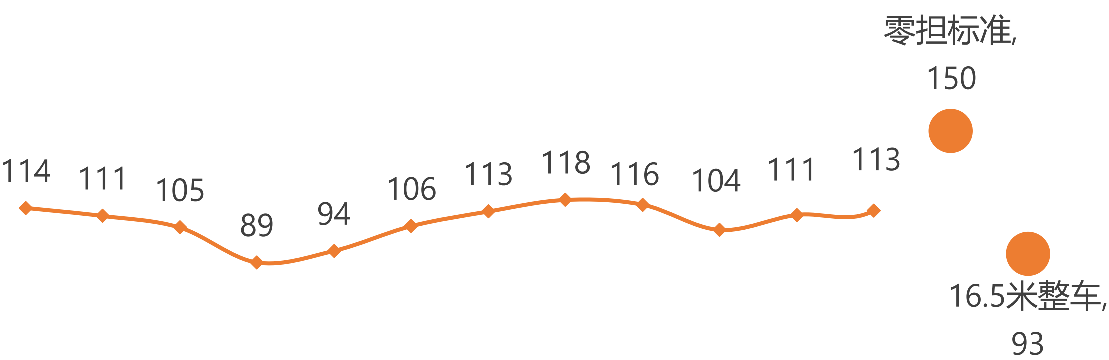
上海发往北京、广州、深圳的价格H1波动明显，H2相对来说较为平稳；上海发往郑州则整体相对来说整体保持平稳。





1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车



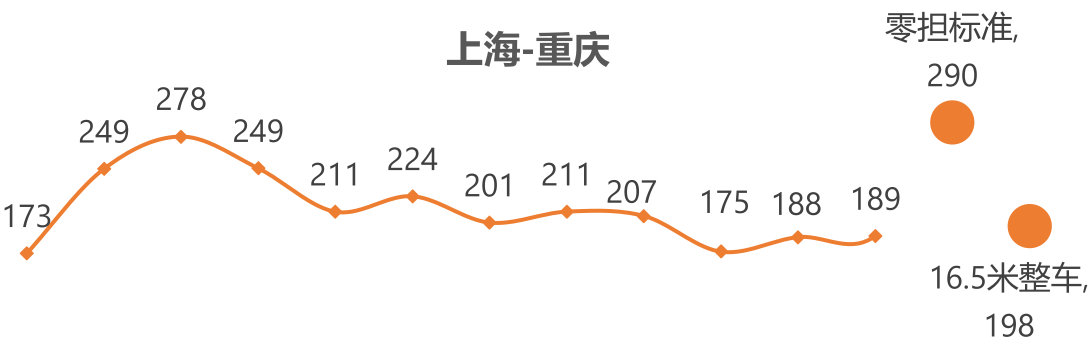


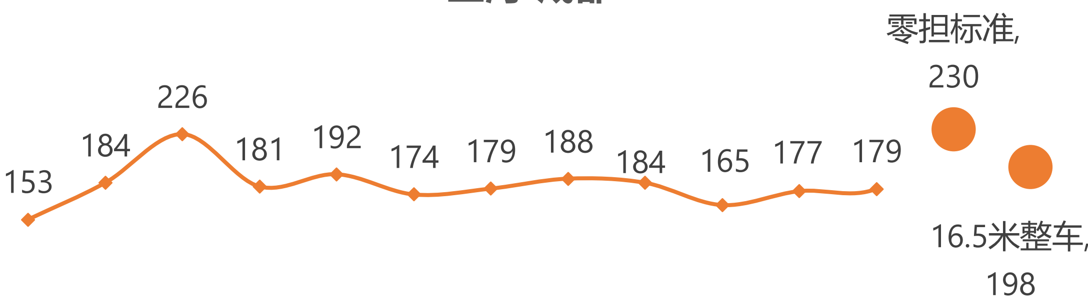
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

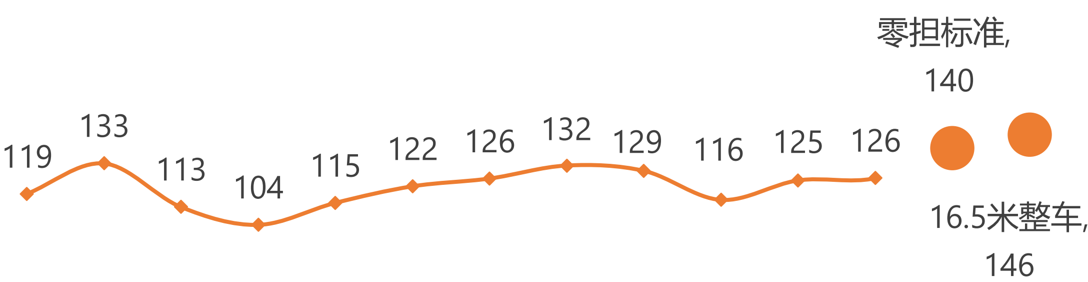
单位：元/立方

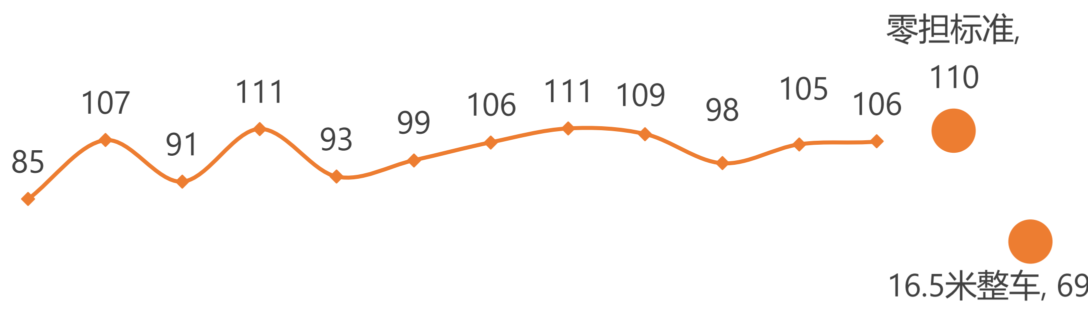
干线价格水平（轻货）

上海发往重庆、成都、西安以及济南的Q3、Q4价格整体波动相对较小，其中上海发往重庆及成都价格因为距离问题整体偏高。









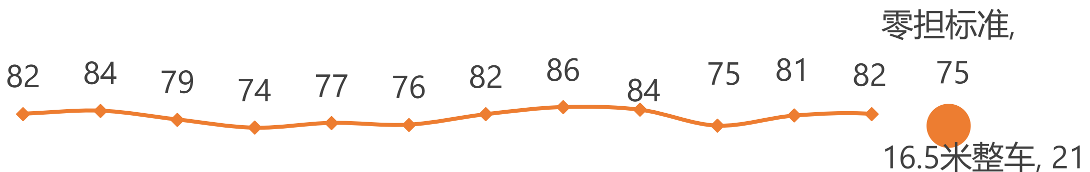
单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

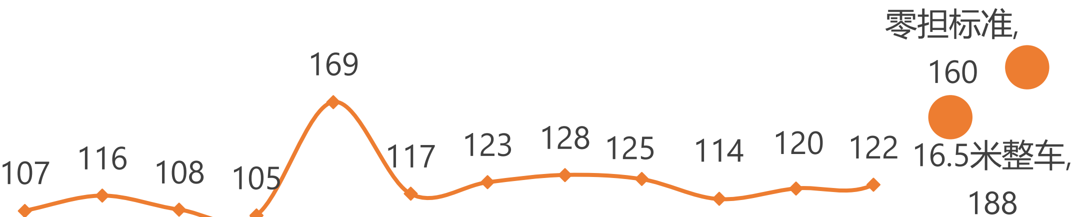
深圳发往其他主要城市干线价格H2相对保持平稳，其中深圳至广州因为距离较近价格整体较低，且较为稳定，受其他因素干扰影响较低。



深圳-广州

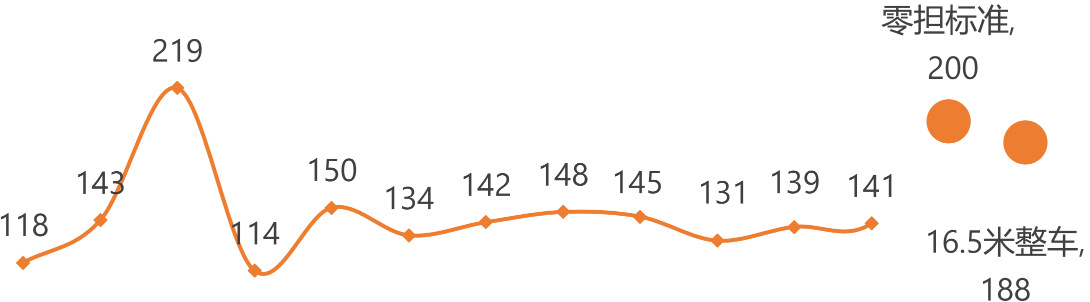


深圳-济南



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

深圳-成都



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

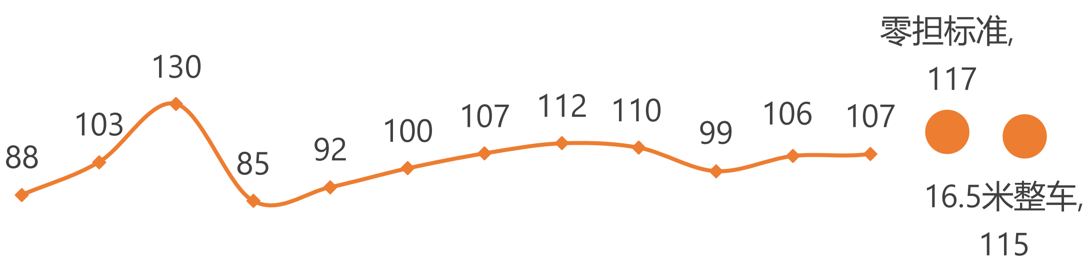
单位：元/立方

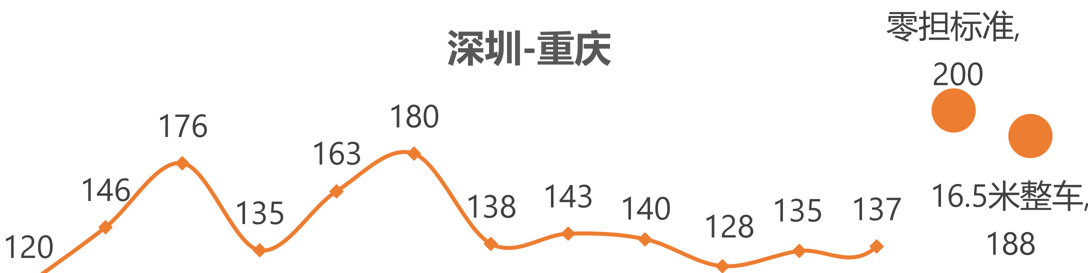
干线价格水平（轻货）

轻货的干线价格在不同线路表现不一，深圳发往重庆的价格波动较大，但整体来说Q4相较前三季度整体保持平稳。









1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

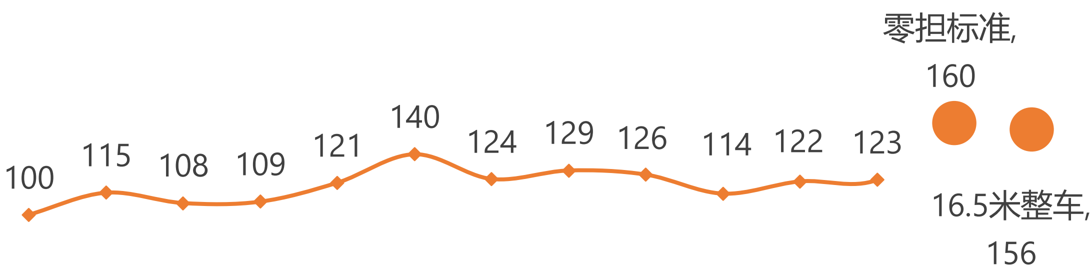
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

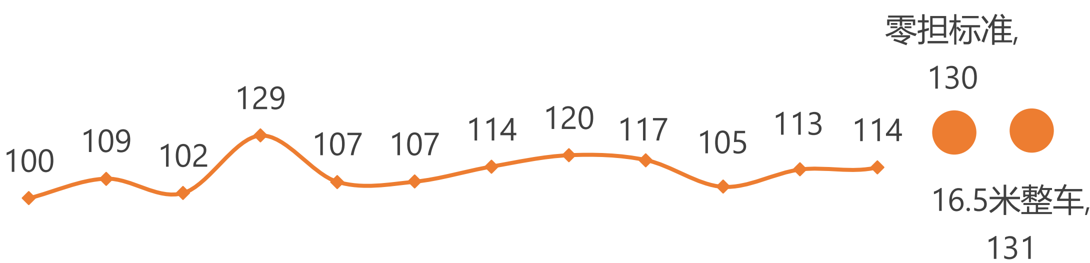
轻货的干线价格在不同线路表现不一，深圳发往西安的价格明显整体偏高，且波动较大；发往其他城市价格相对较为平稳。

深圳-郑州

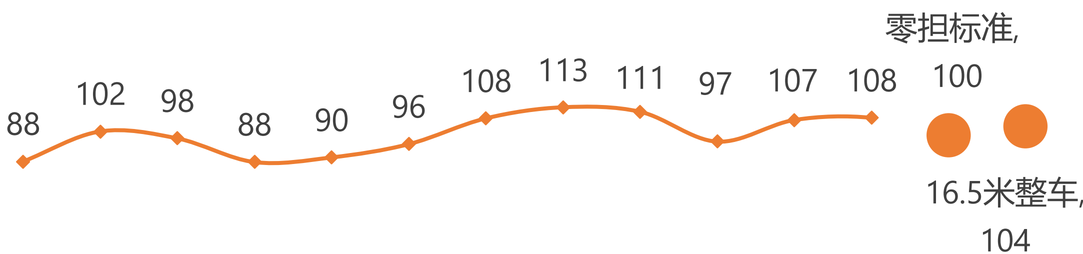




深圳-武汉



深圳-南昌



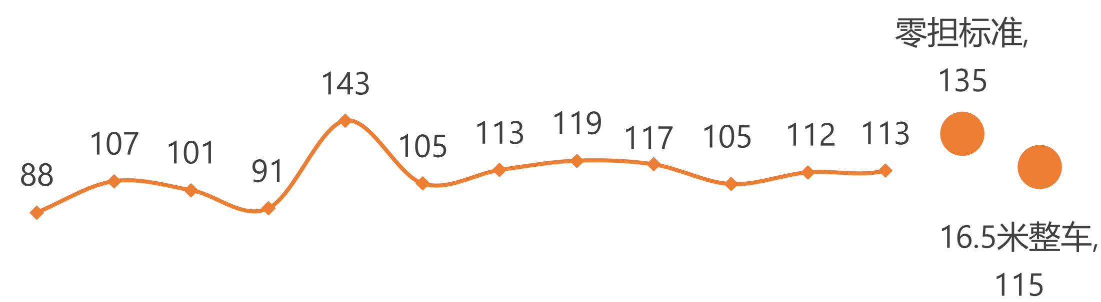
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

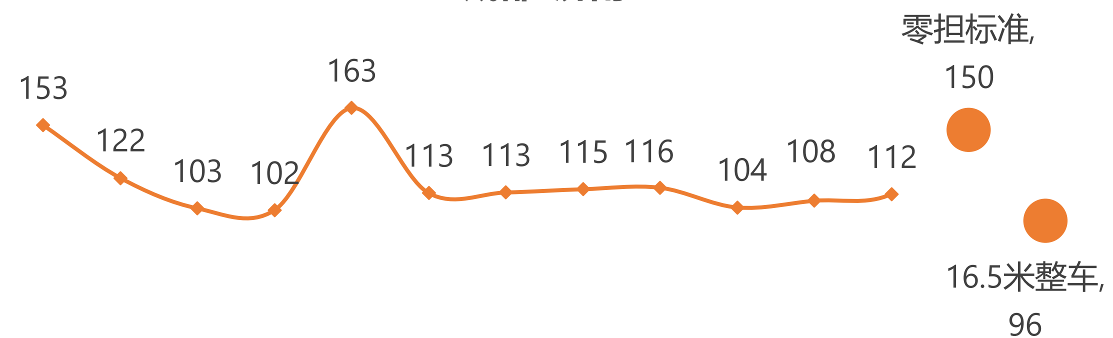
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

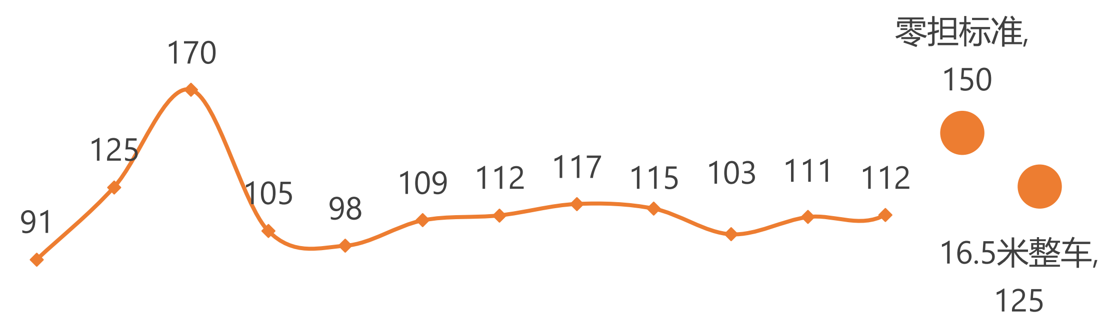
单位：元/立方

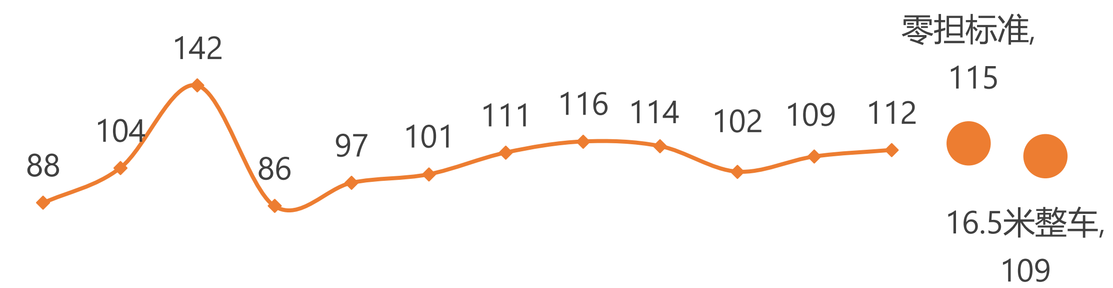
干线价格水平（轻货）

成都发往北京、济南、杭州、广州等城市价格Q1或是Q2波动较为剧烈，Q3、Q4整体较为平稳。





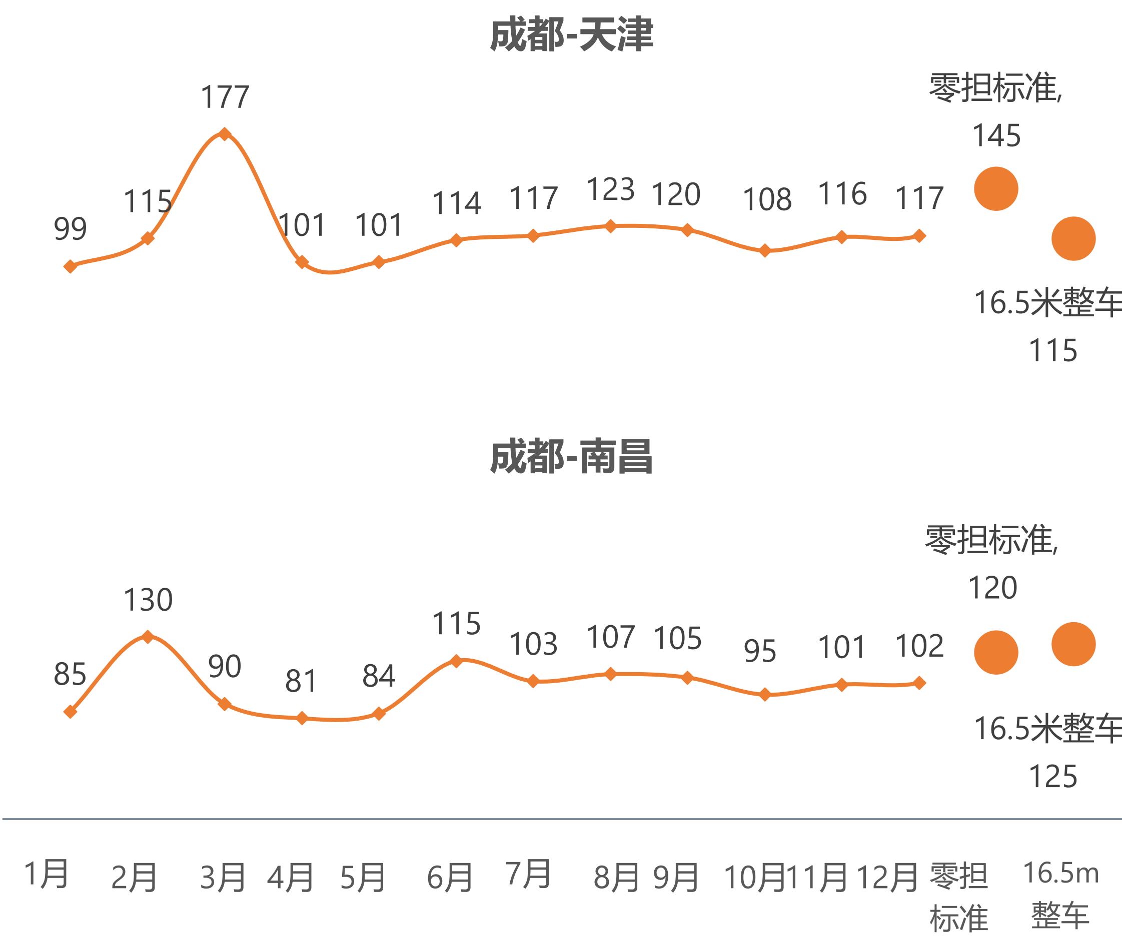


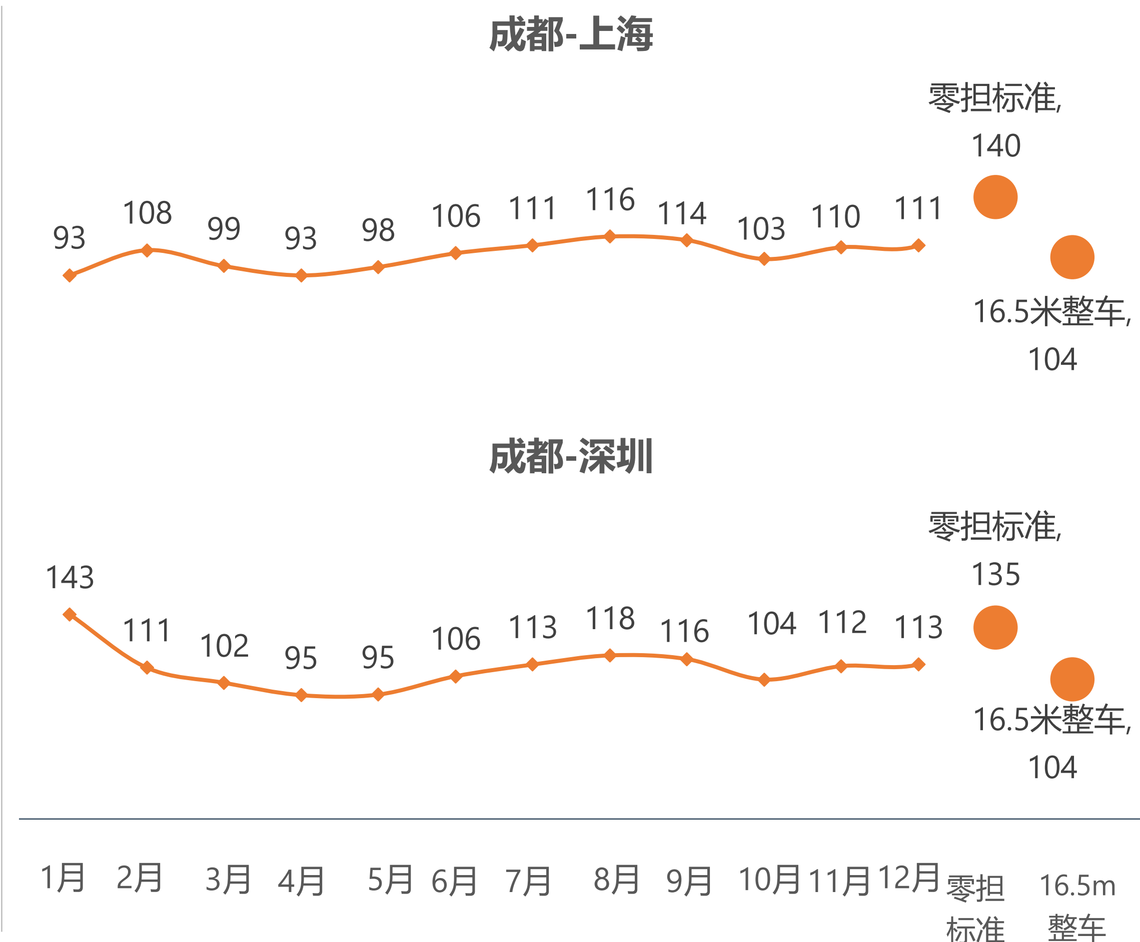


单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

成都发往其他主要城市干线价格除天津外整体较为平稳，成都发往天津价格3月份波动剧烈，其他时间较为平稳。

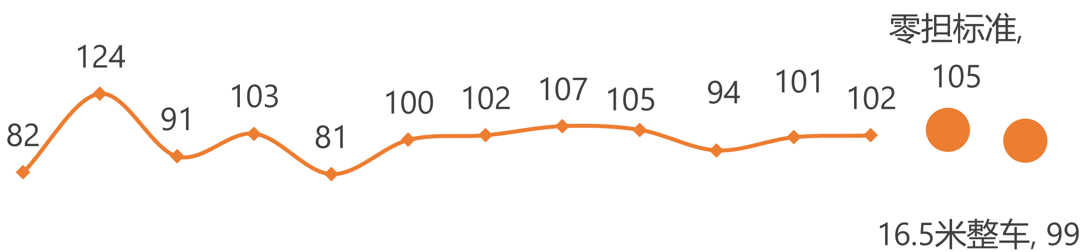


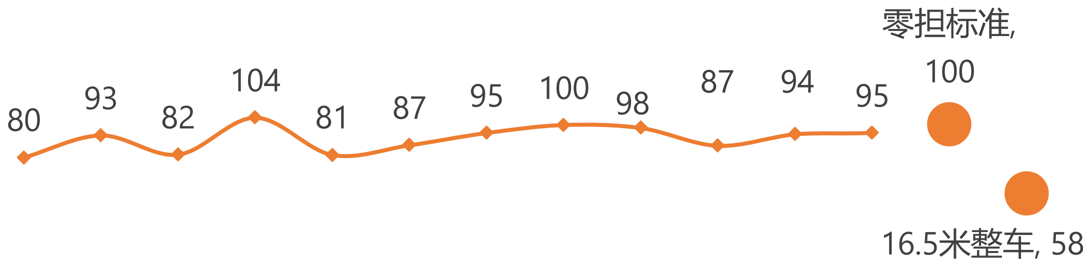


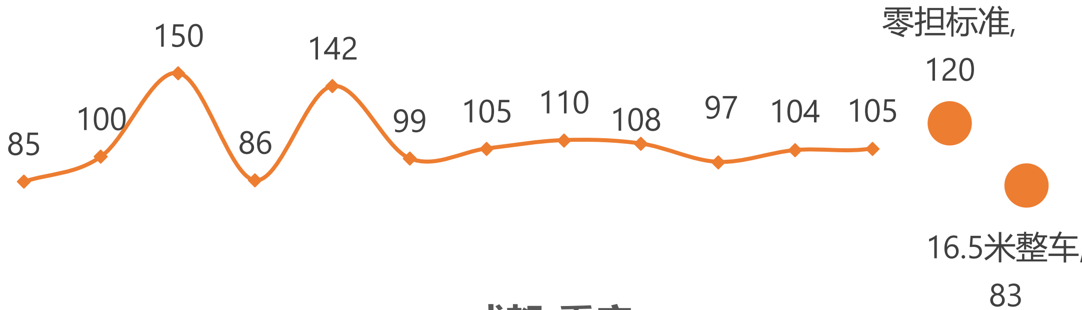
单位：元/立方

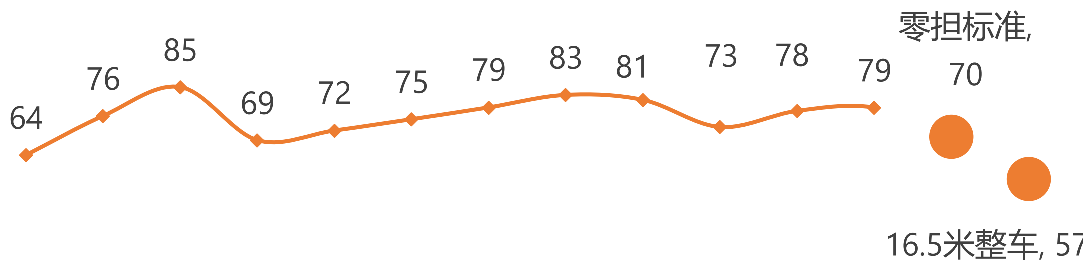
干线价格水平（轻货）

成都发往西安、重庆的价格整体较为平稳，发往武汉、郑州1-5月份波动较大，但Q3、Q4波动较小，价格保持稳定。







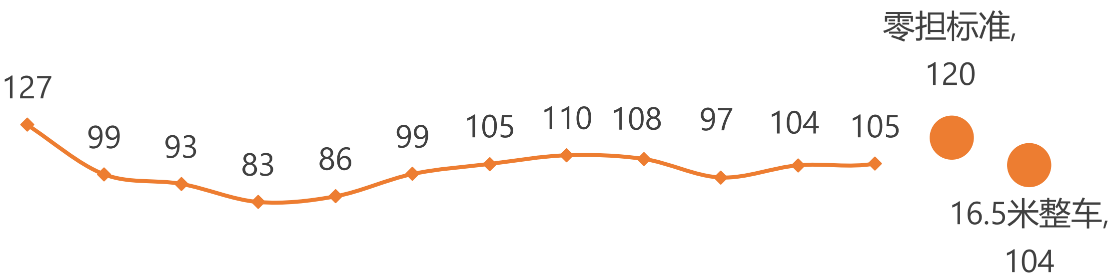


单位：元/立方

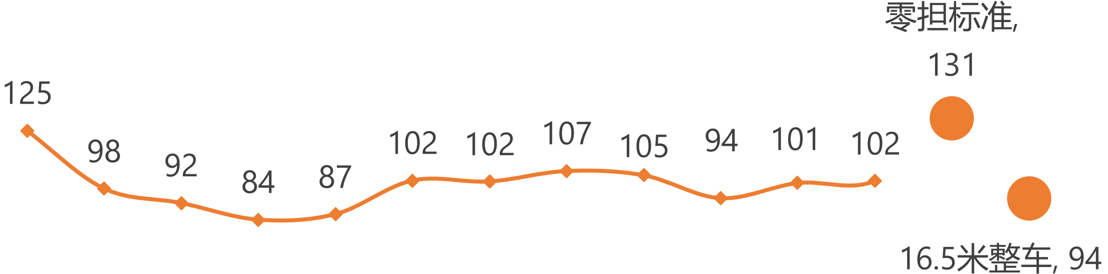
干线价格水平（轻货）

轻货的干线价格在不同线路表现不一，武汉发往上海、深圳的价格H1波动较大，发往北京与广州的价格整体较为平稳。

武汉-北京

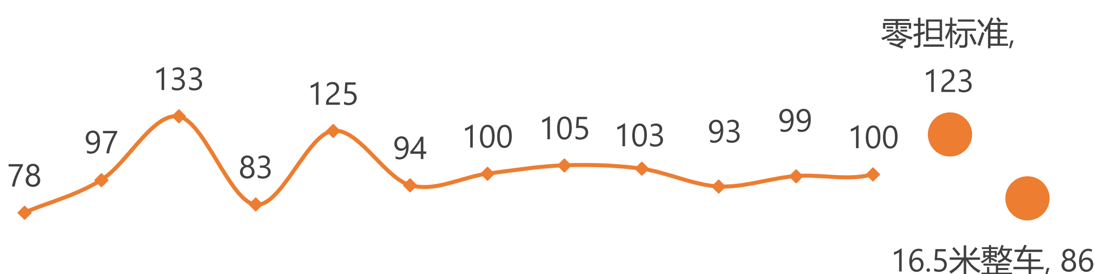


武汉-广州

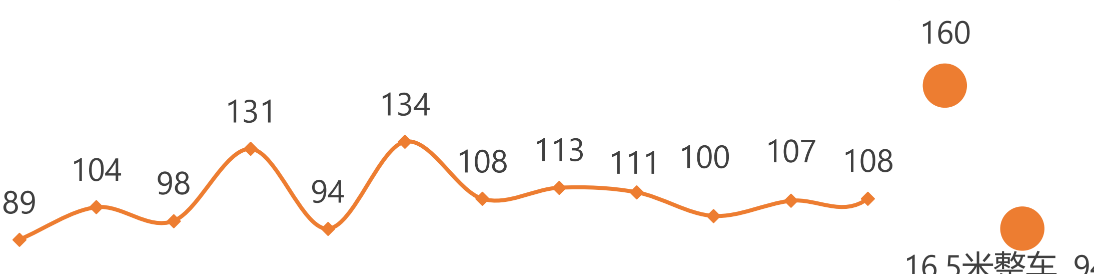


1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

武汉-上海



武汉-深圳



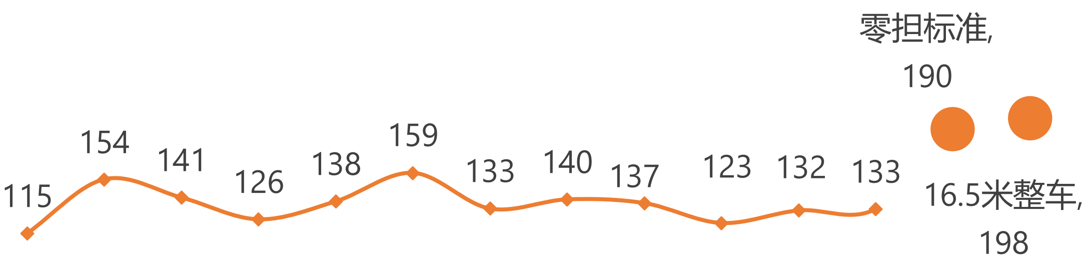
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

单位：元/立方

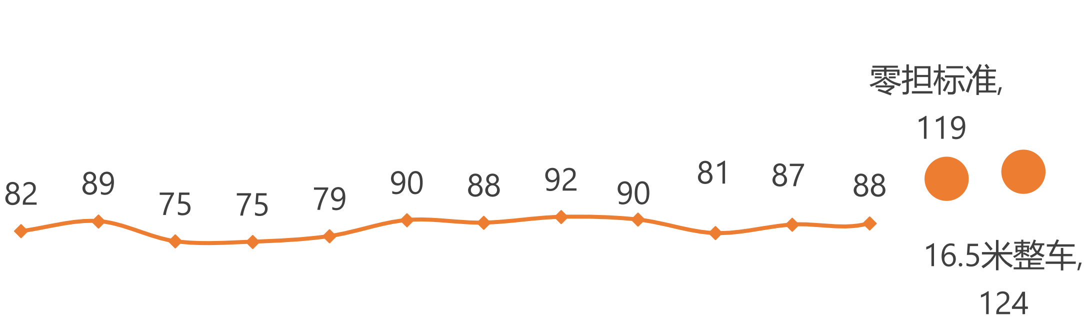
干线价格水平（轻货）

武汉发往重庆、西安与郑州的干线价格整体保持平稳，其中天津的价格Q1波动较大，但后三季度基本保持稳定。

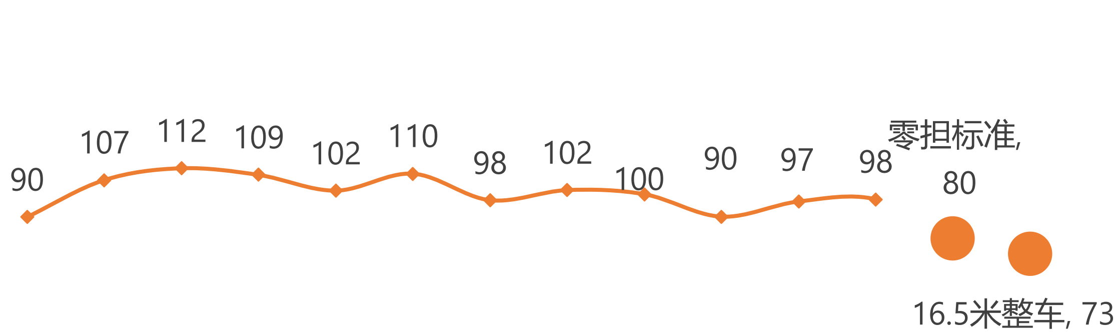
武汉-重庆



武汉-郑州

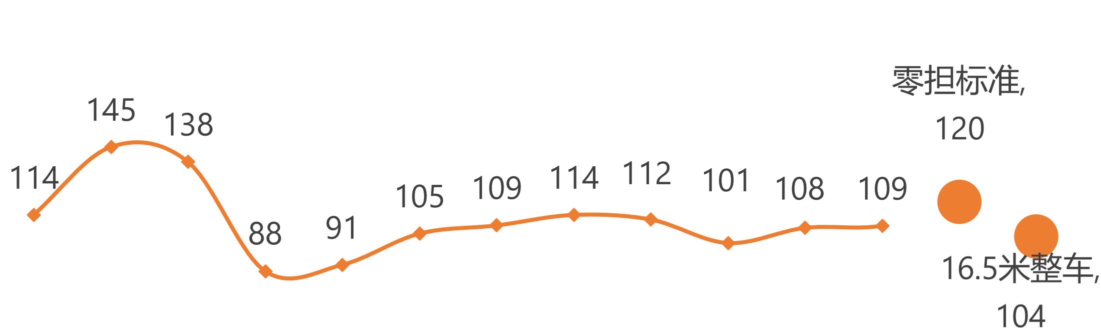


武汉-西安



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

武汉-天津



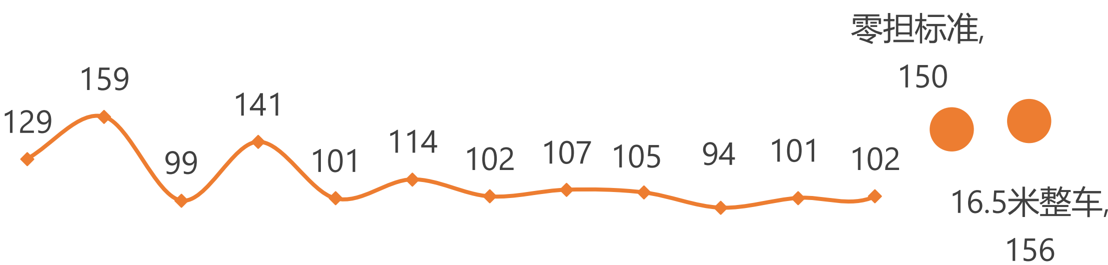
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

单位：元/立方

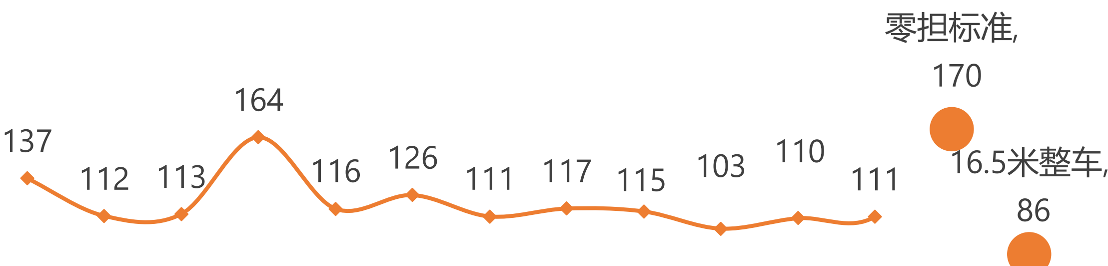
干线价格水平（轻货）

武汉发往南昌、杭州、济南的价格前两季度整体波动较大，其中发往南昌的波动最为剧烈，Q3、Q4价格基本恢复平稳。

武汉-南昌

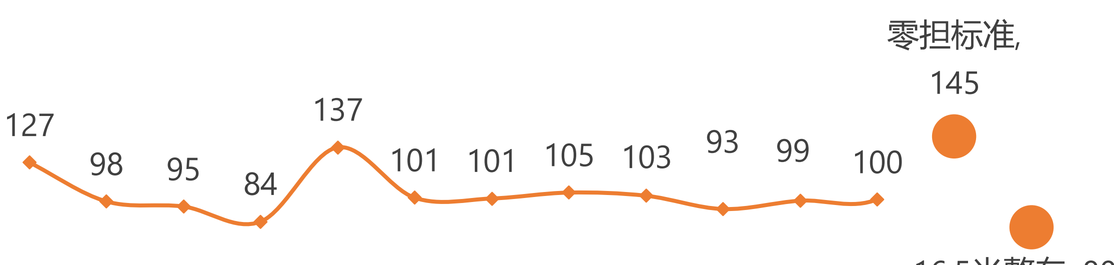


武汉-杭州

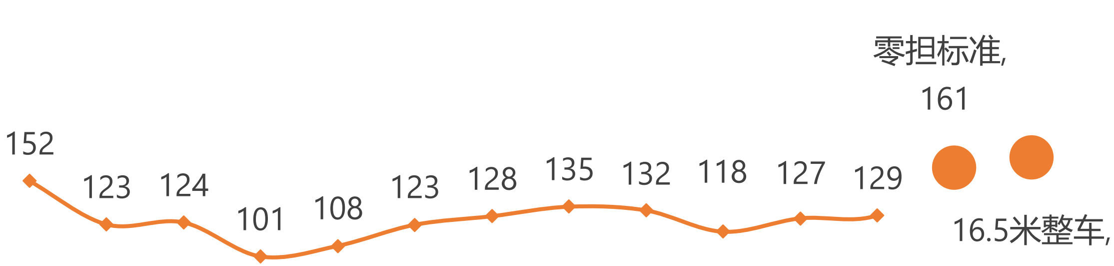


1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

武汉-济南



武汉-成都

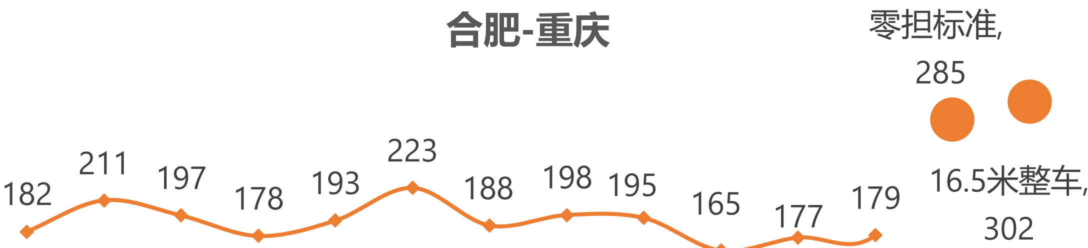


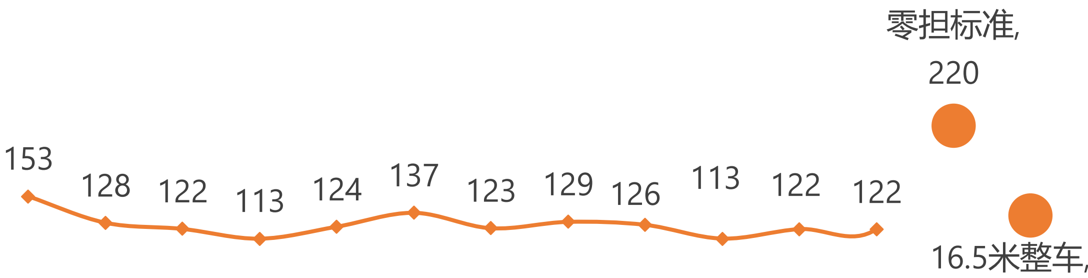
1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 零担标准 16.5m整车

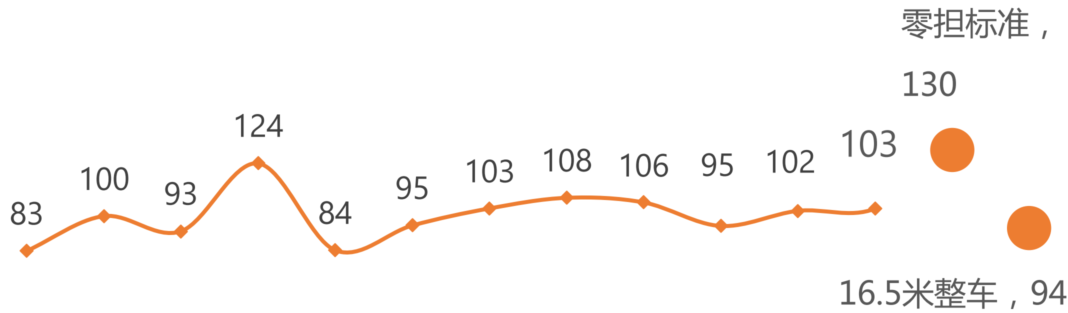
单位：元/立方

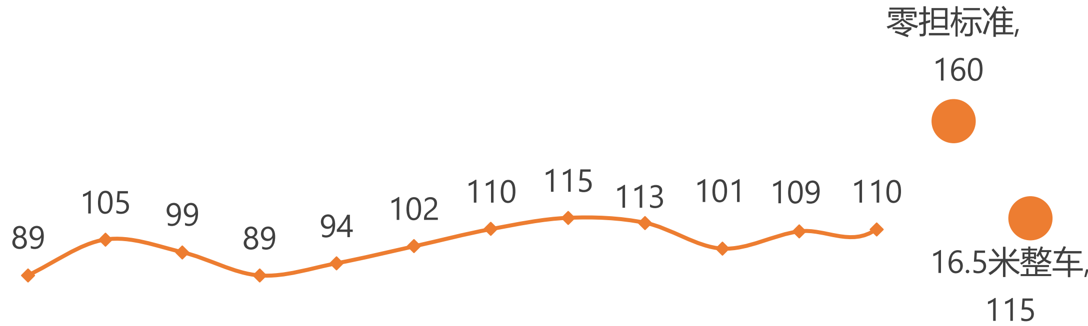
干线价格水平（轻货）

合肥发往重庆、西安与天津的价格波动较为平缓，发往武汉的价格波动较大，Q3、Q4整体保持平稳。







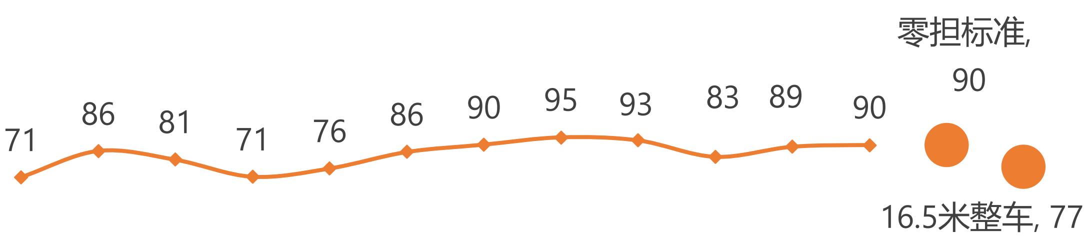


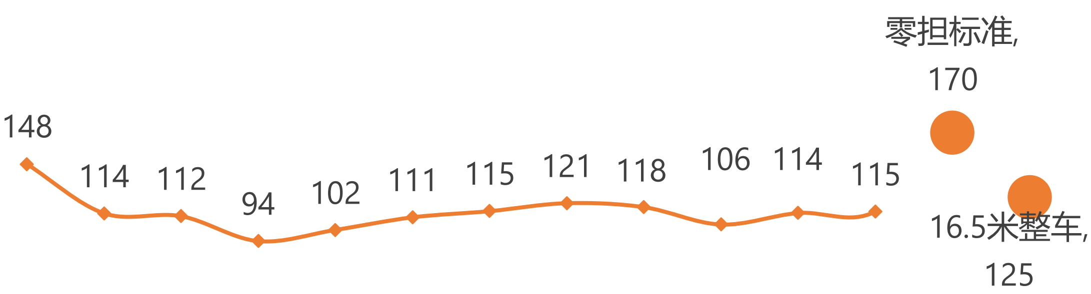
单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

合肥发往主要城市干线价格全年基本保持稳定，其中发往上海因为距离相对较近价格较低且受其他因素干扰较小。





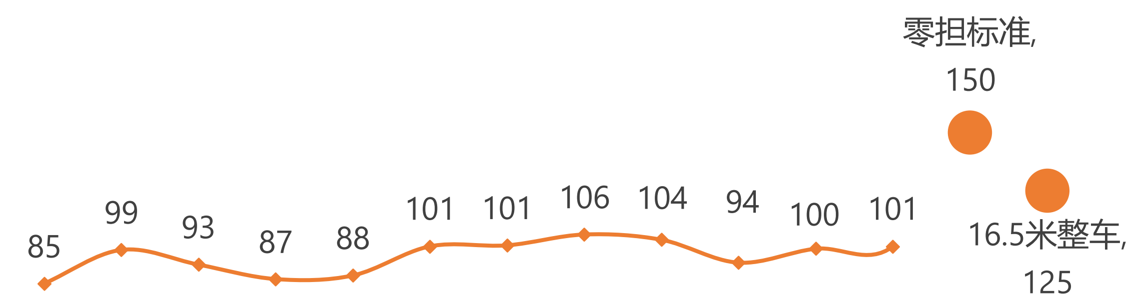


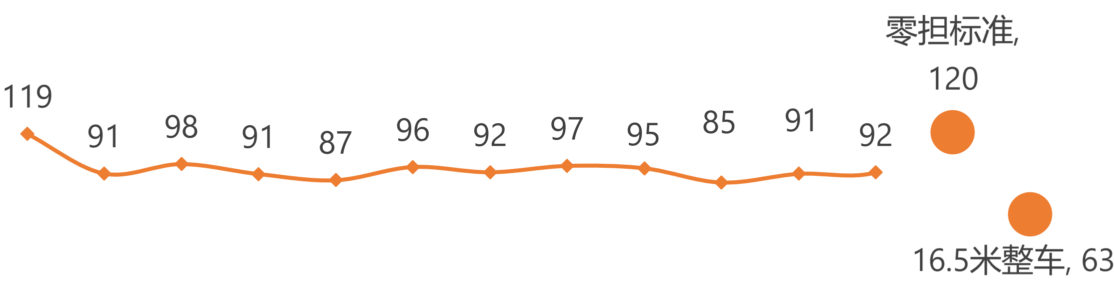


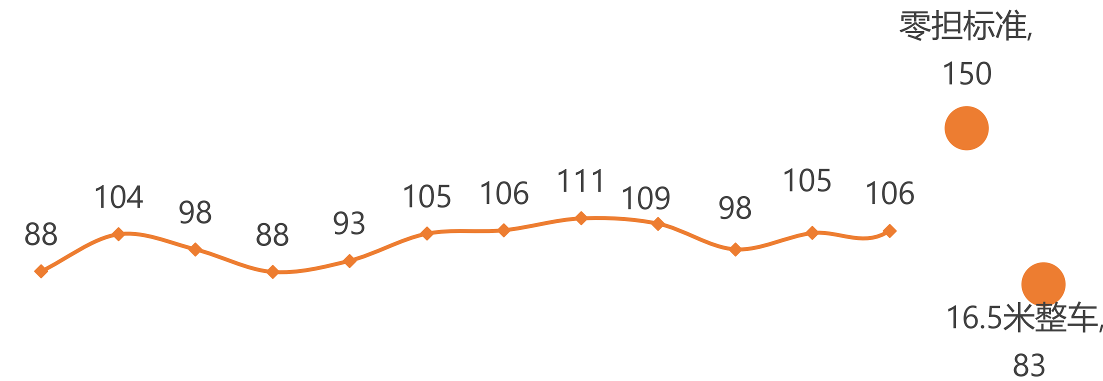
单位：元/立方

干线价格水平（轻货）

合肥发往杭州的价格整体波动不大，而发往南昌与济南的价格波动区域一致。







单位：元/立方

/03

配送价格水平

- **整体概况** // 联想大数据情报体系配送价格走势
- **省市配送价格水平** // 轻货

数据说明：

- 联想大数据情报体系轻货配送价格月度走势；
- 标杆价格说明：时间计算维度为2020.10-2020.12；零担标杆价格不默认单次10方以内，不包含提送货费



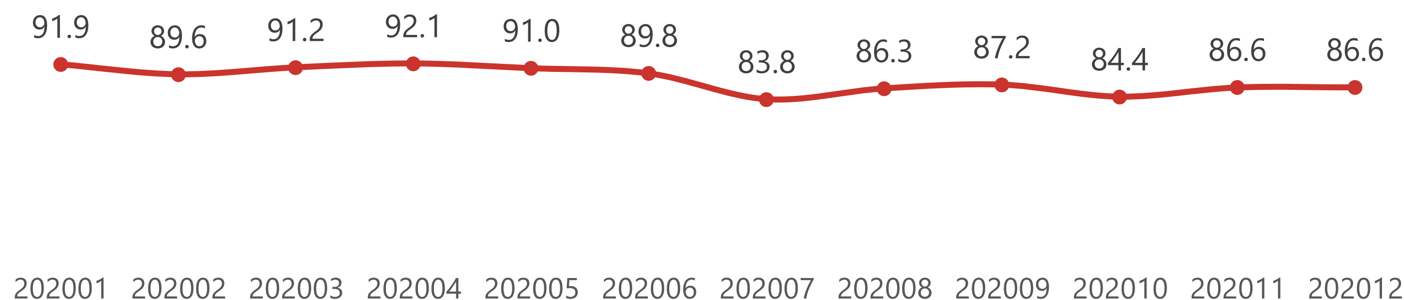




2020年，轻货配送价格整体较为平稳

基于联想大数据情报体系，2020年1月-12月，轻货配送价格整体保持平稳，7月、10月价格小幅下滑，后缓慢回升并保持稳定。

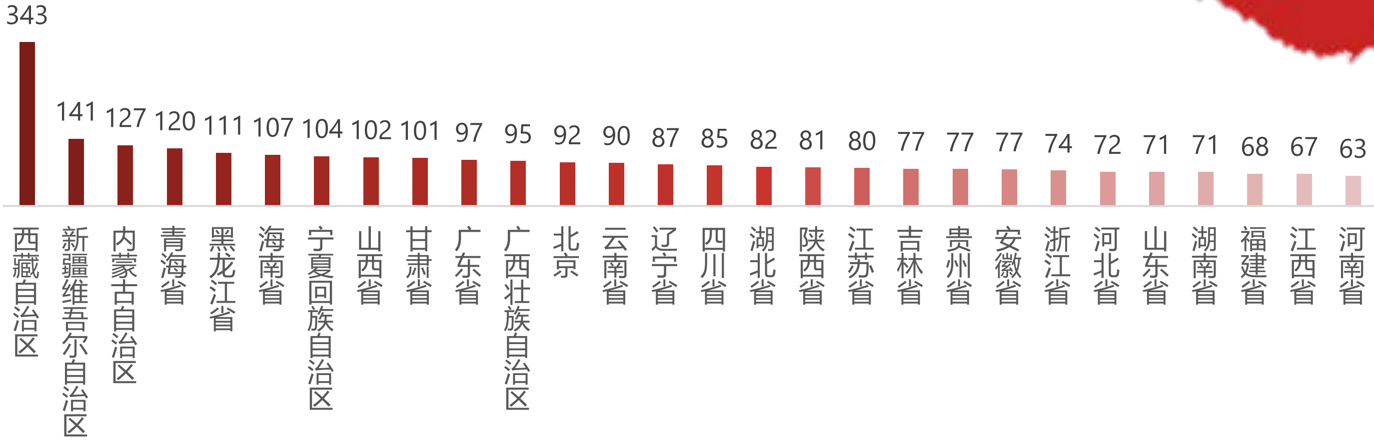
联想轻货配送价格月度走势（元/m³）

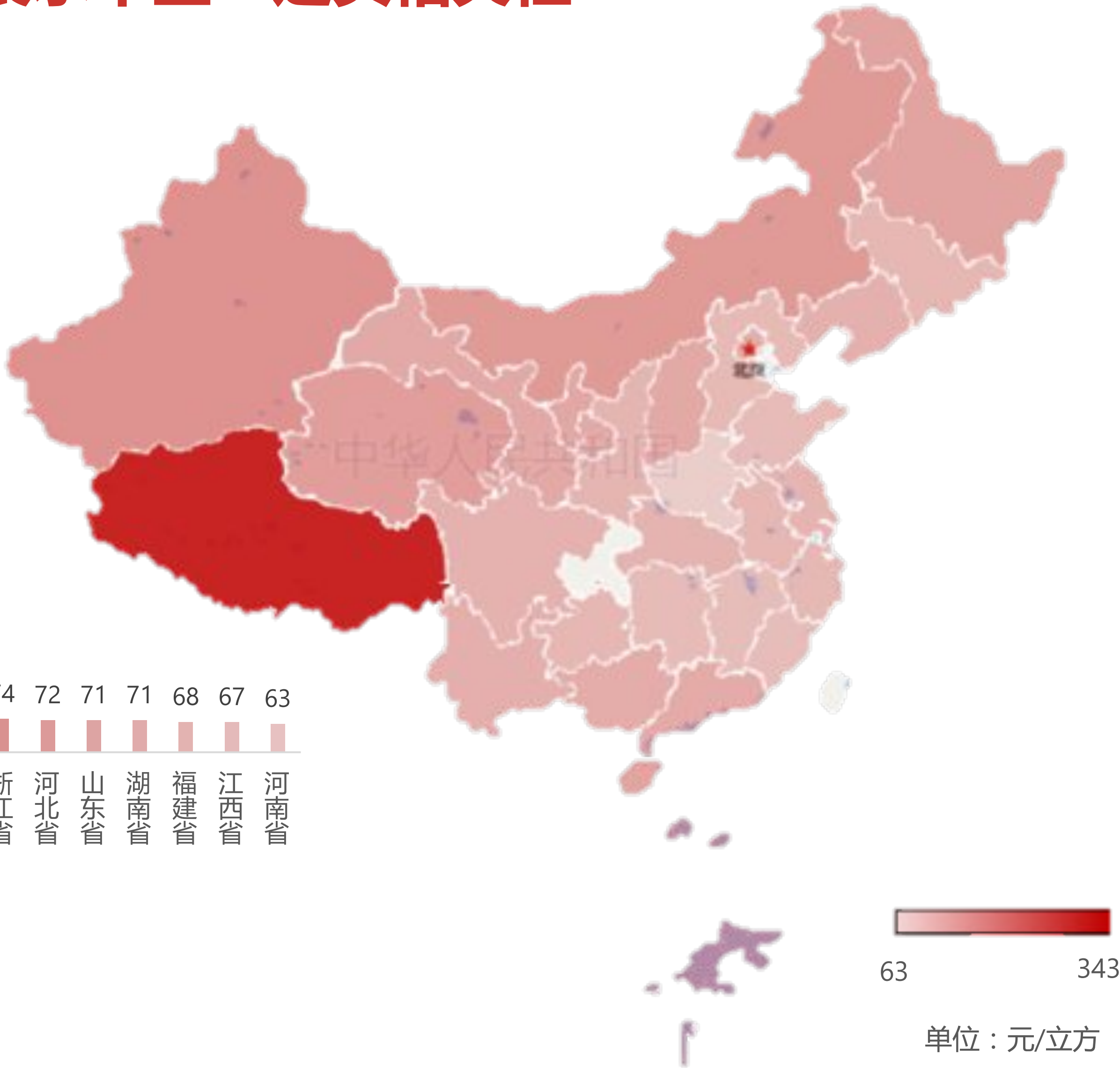


数据来源：联想大数据情报体系

整体省内轻货配送价格与区域经济发展水平呈一定负相关性

基于2020年Q4数据，从全国范围看，轻货的省内配送价格与经济发展水平呈一定相关性，西藏最高，是河南的近**6**倍，长三角、珠三角及中部部分省市的配送均价较低。

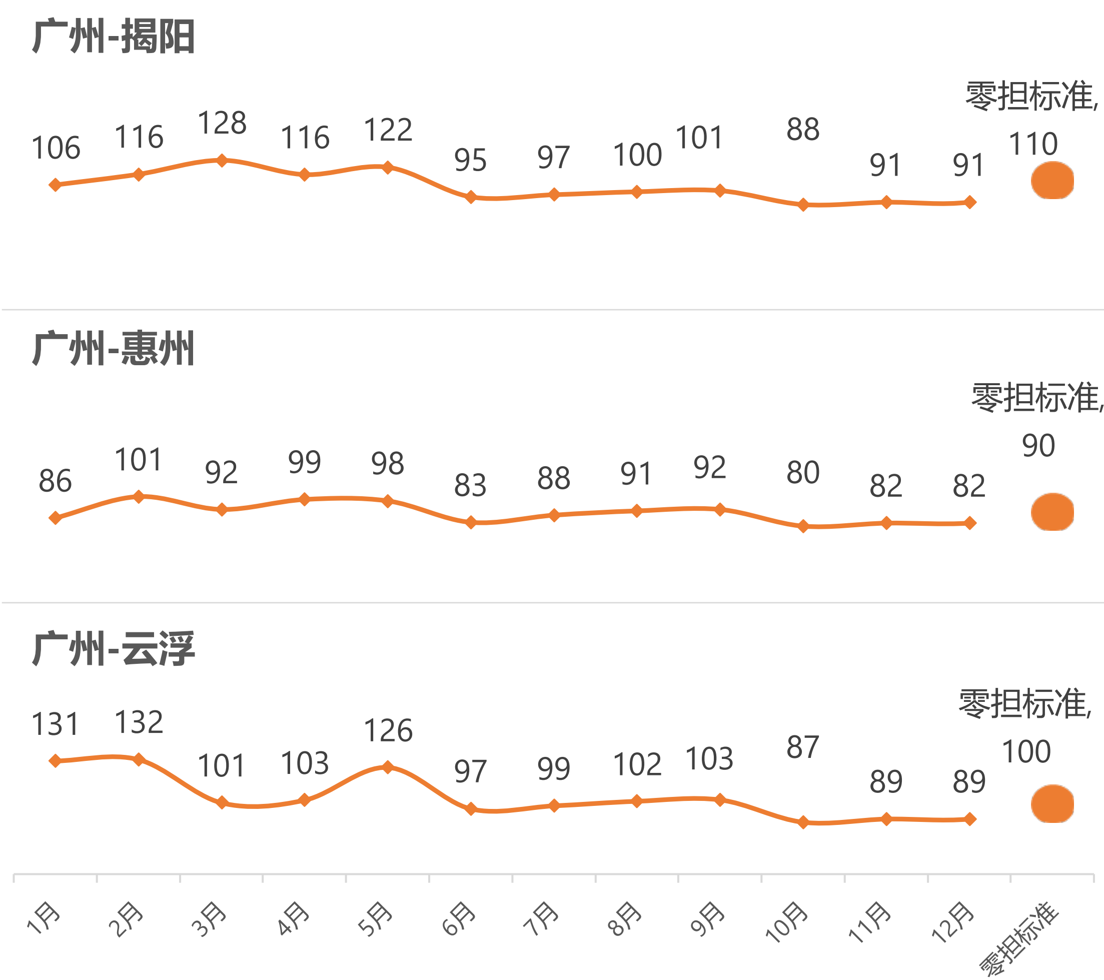


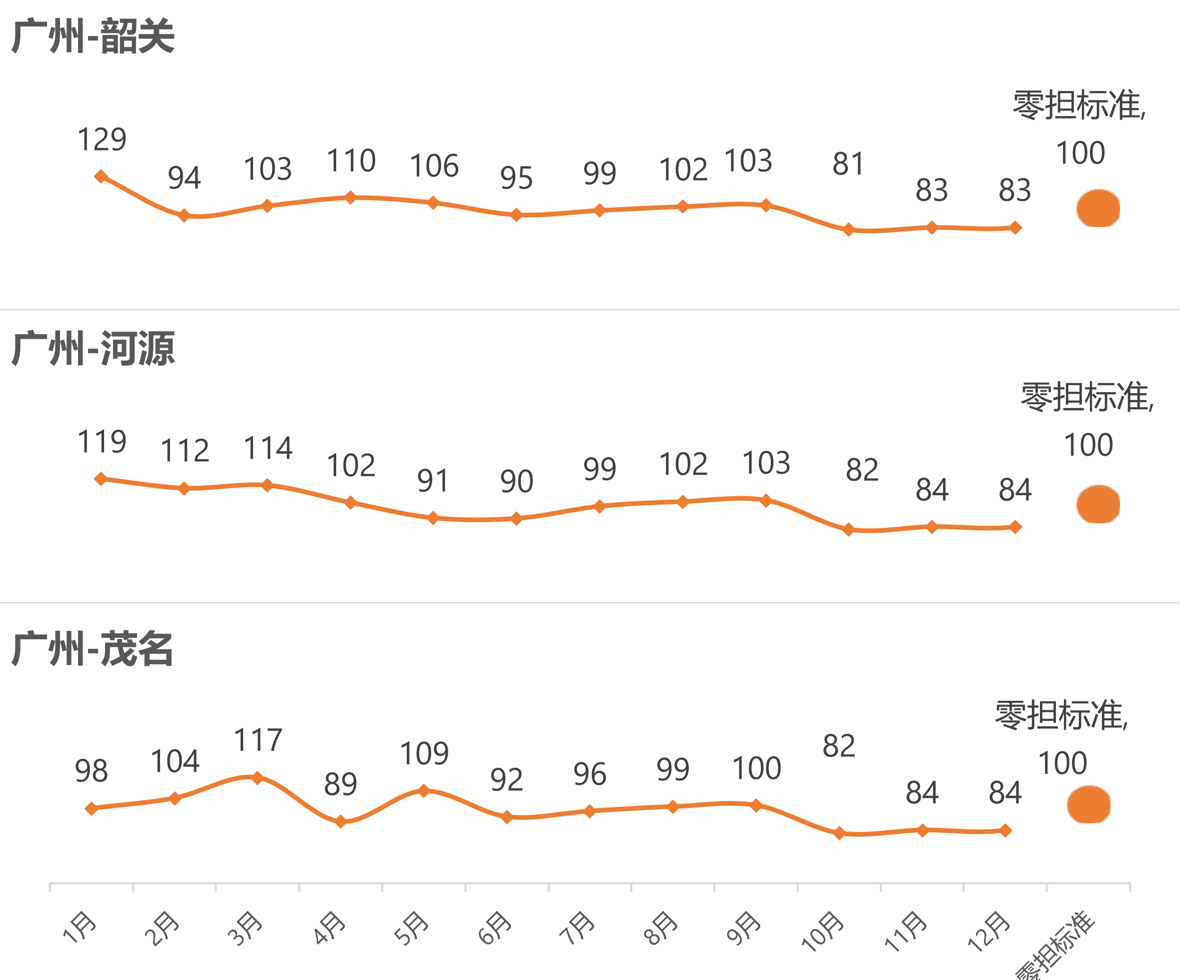


数据来源：联想大数据情报体系

广东-省内配送价格水平（轻货）

广州至广东省内配送价格不一，但整体Q4季度价格小幅下滑。其中广州至云浮、茂名波动较大，有一定季节波动性；至其他城市较为平稳。

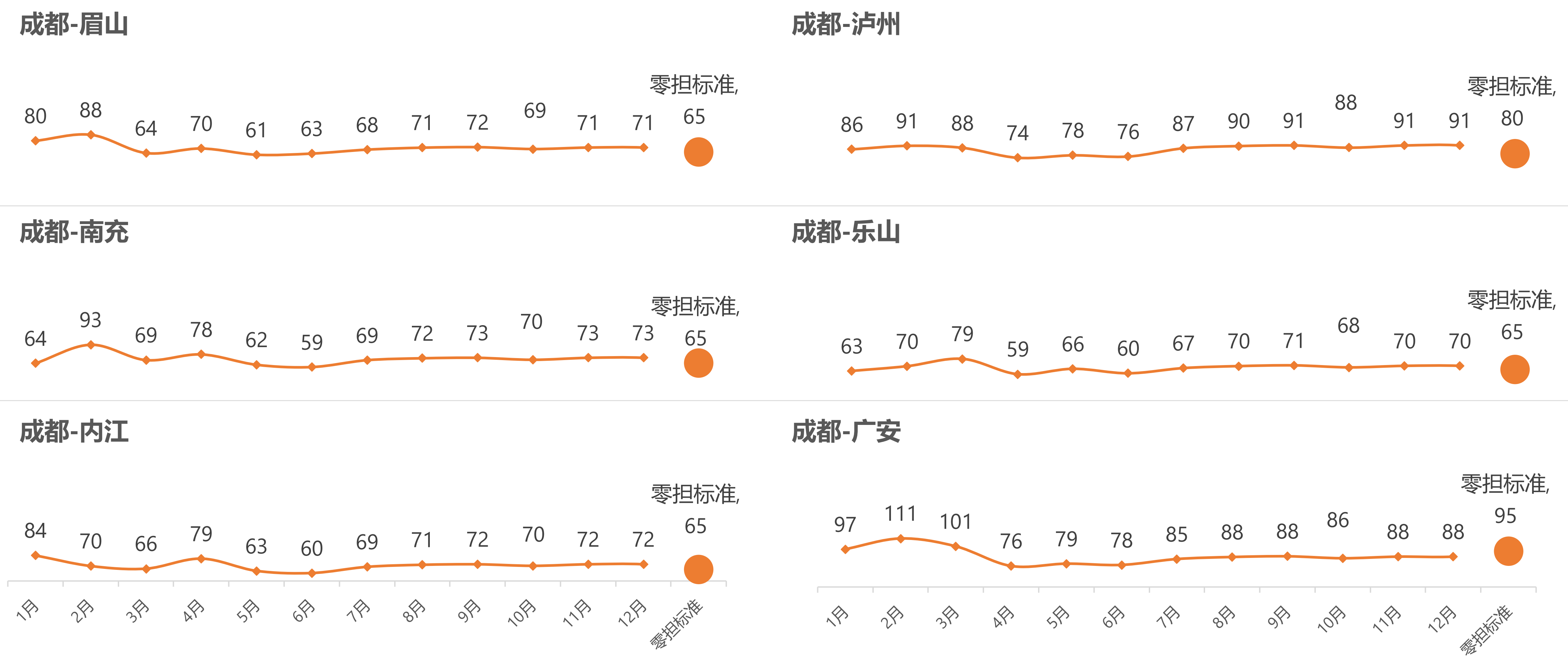




单位：元/立方

四川-省内配送价格水平（轻货）

成都至四川省内配送价格整体保持平稳，成都至眉山、广安、南充Q1价格略有波动，Q3、Q4基本保持平稳。

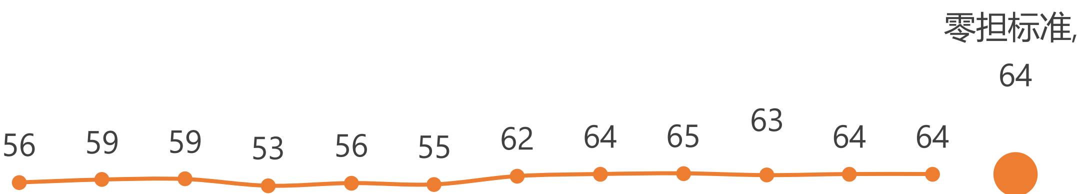


单位：元/立方

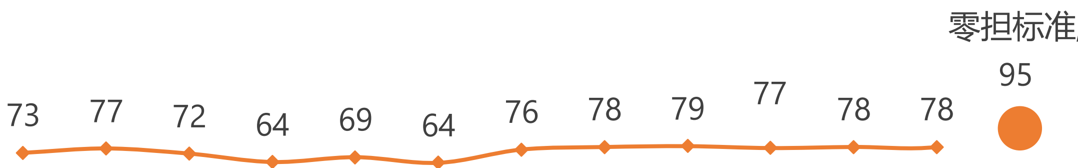
吉林-省内配送价格水平（轻货）

长春至吉林省内配送价格整体较为平稳，其中长春至白城、白山的4月份价格明显提升，Q3、Q4恢复平稳态势。

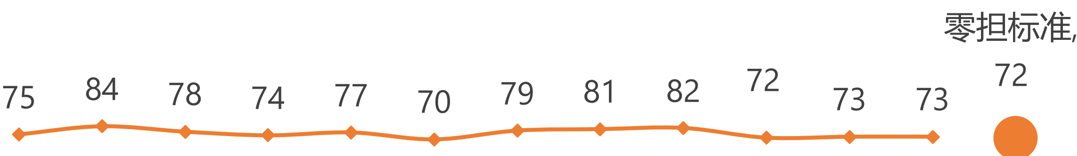
长春-吉林



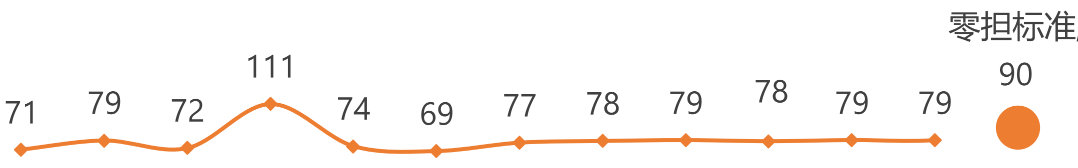
长春-延边朝鲜族自治州



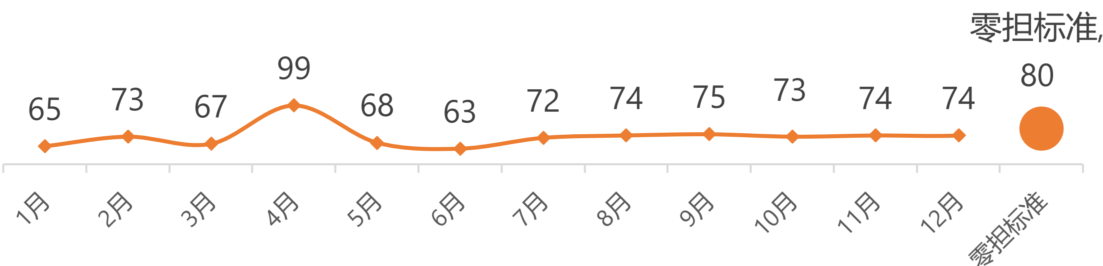
长春-辽源



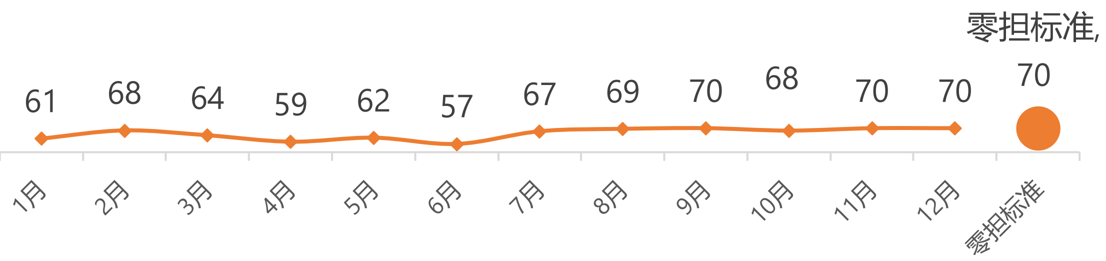
长春-白城



长春-白山



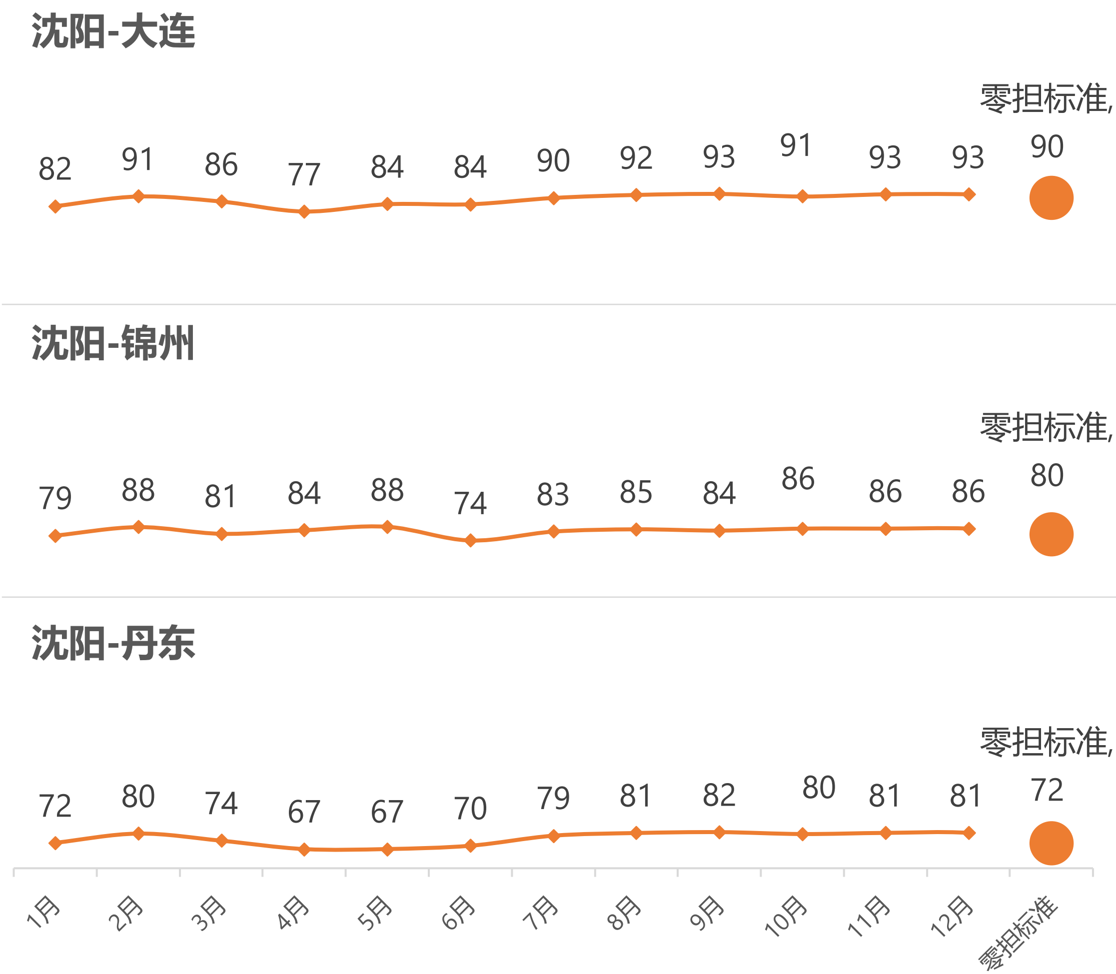
长春-四平

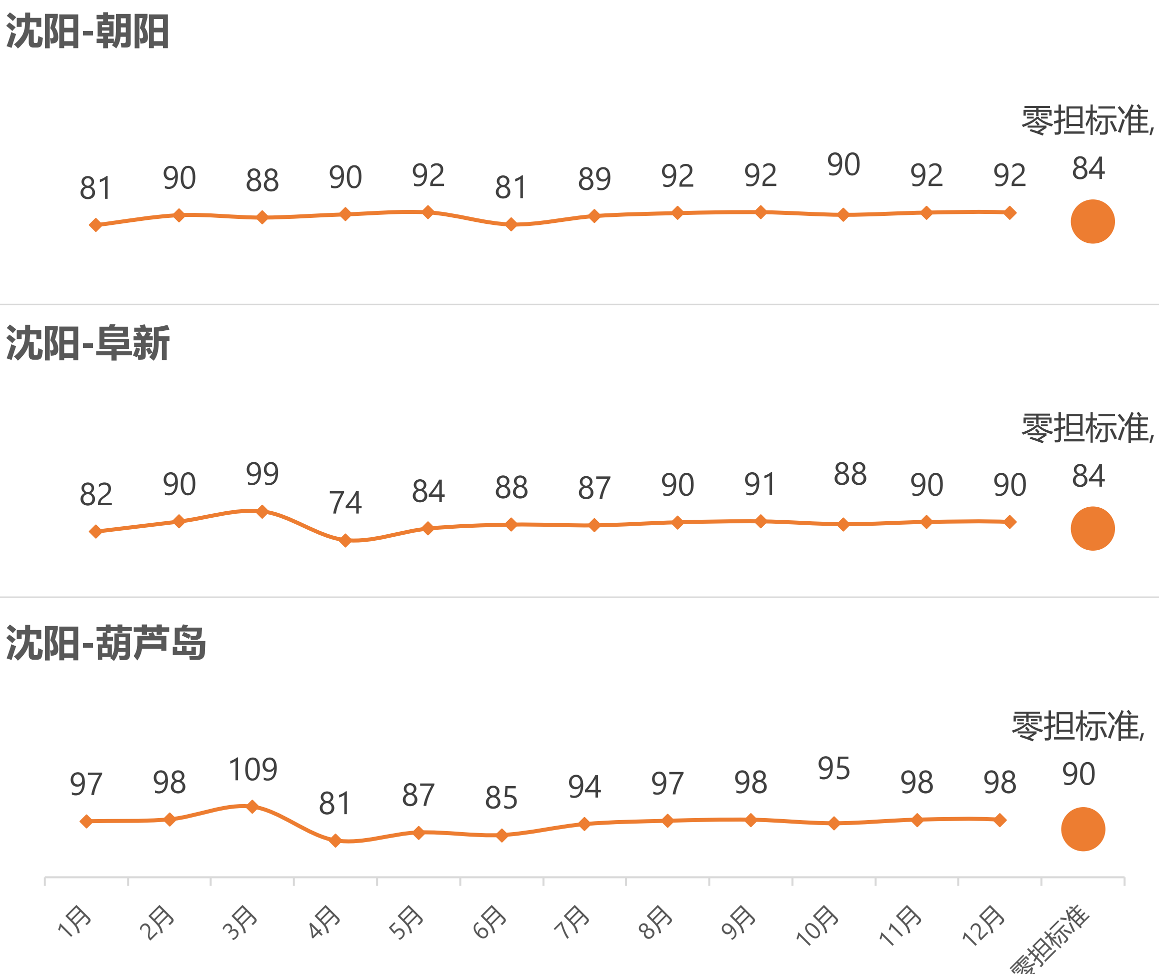


单位：元/立方

辽宁-省内配送价格水平（轻货）

沈阳至辽宁省内配送价格整体较为平稳，沈阳至阜新、葫芦岛4月小幅下滑但又保持平缓。



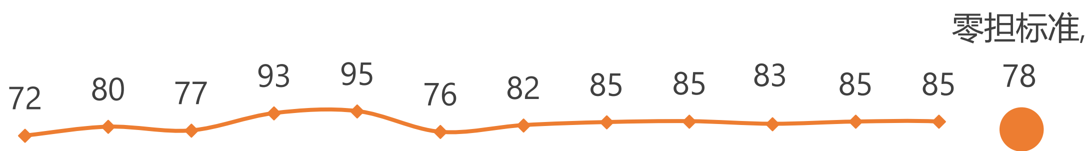


单位：元/立方

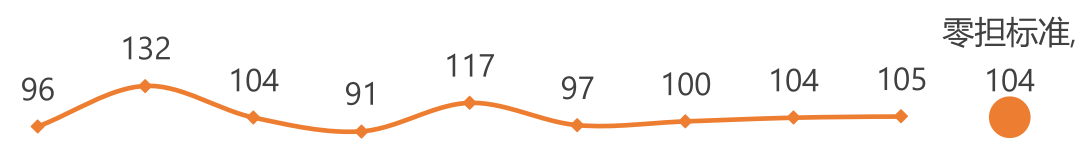
黑龙江-省内配送价格水平（轻货）

哈尔滨至黑龙江省内配送价格整体波动不大，其中哈尔滨至佳木斯、鹤岗、黑河2、3月份价格小幅上涨，但又迅速恢复平稳。

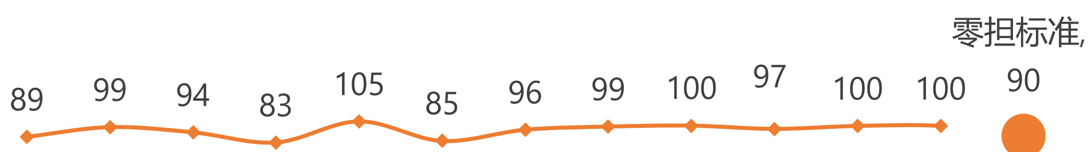
哈尔滨-大庆



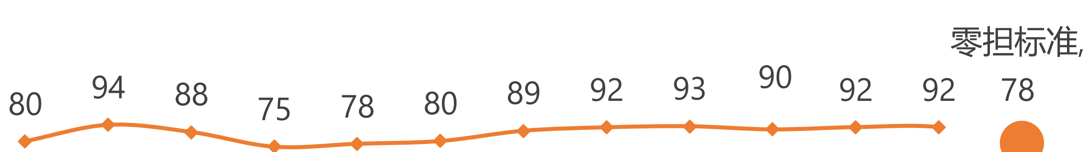
哈尔滨-佳木斯



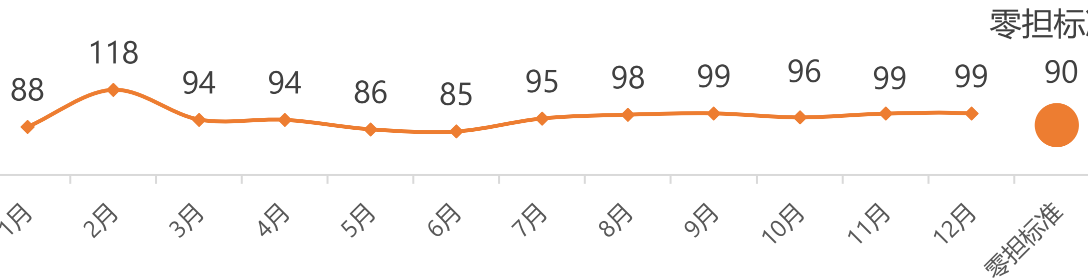
哈尔滨-双鸭山



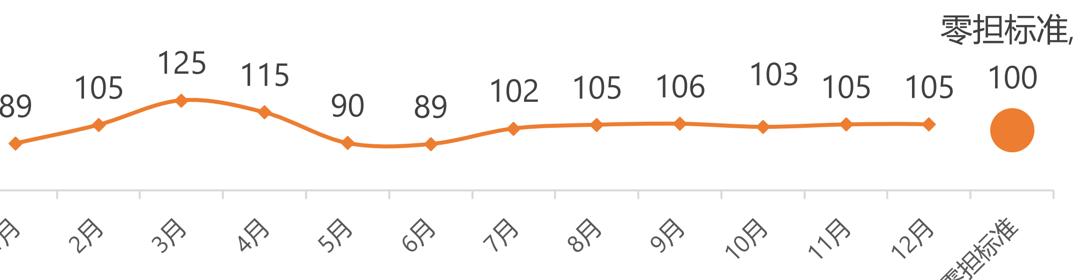
哈尔滨-牡丹江



哈尔滨-鹤岗



哈尔滨-黑河

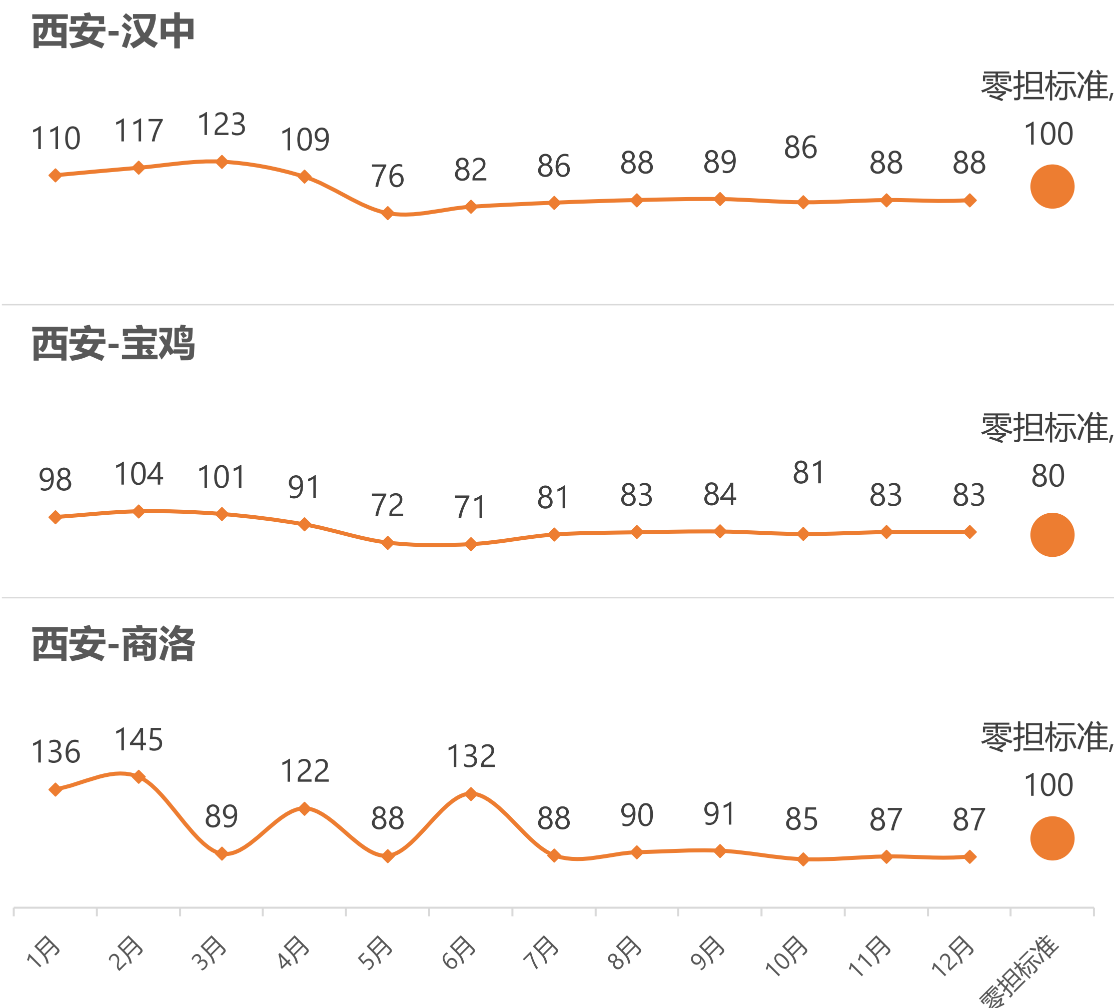


单位：元/立方

LOGResearch 罗 戈 研 究

陕西-省内配送价格水平（轻货）

西安至陕西省内配送价格不一，其中西安至安康、商洛波动较大；至其他城市较为平稳。



西安-安康

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	零担标准
107	127	84	76	113	80	85	88	88	86	88	88	100

西安-延安

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	零担标准
128	139	92	81	85	88	89	91	92	90	92	92	120

西安-咸阳

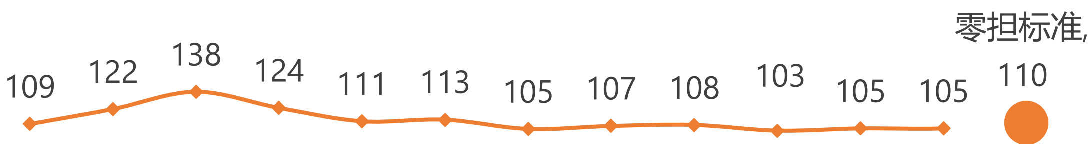
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	零担标准
62	66	63	56	56	56	66	68	69	62	64	64	50

单位：元/立方

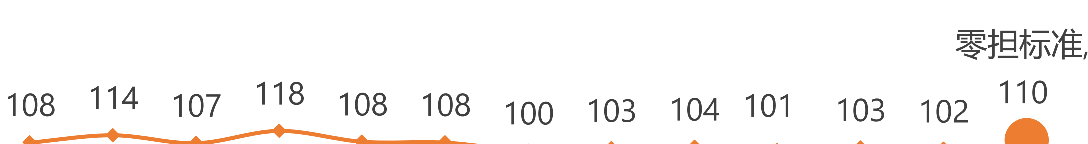
山西-省内配送价格水平（轻货）

太原至山西省内配送价格整体波动不大，其中太原至忻州、晋中H2整体价格上升明显。

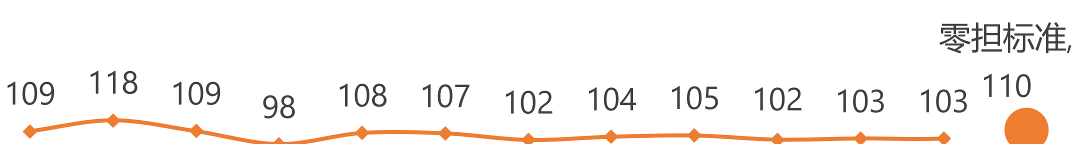
太原-临汾



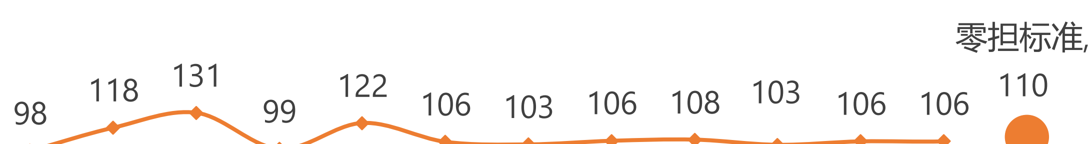
太原-运城



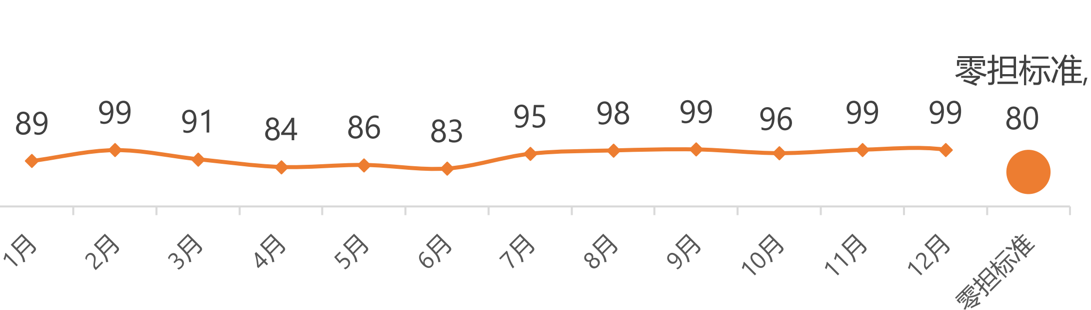
太原-长治



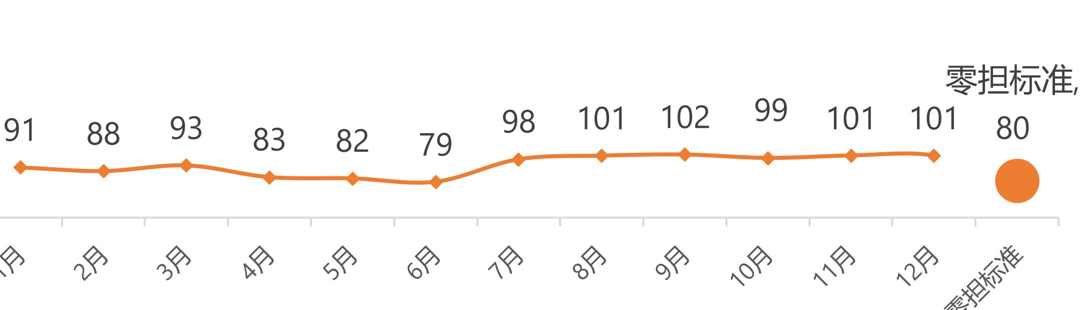
太原-大同



太原-晋中



太原-忻州

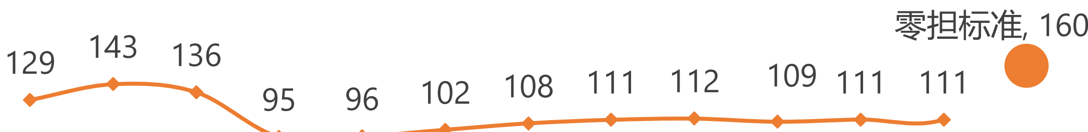


单位：元/立方

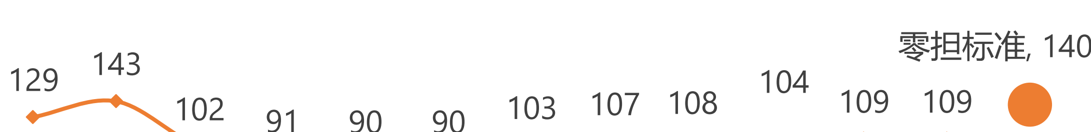
青海-省内配送价格水平（轻货）

西宁至青海省内配送价格不一，其中受疫情影响2月份价格明显提升，后随着复工复产推进价格回落，Q3、Q4价格基本保持平稳。

西宁-海西蒙古族藏族自治州



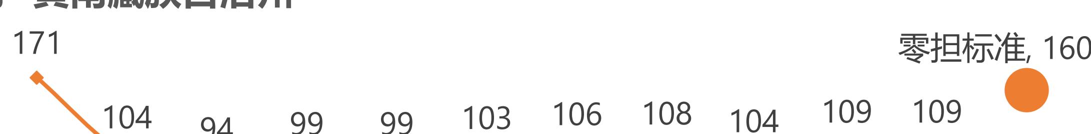
西宁-海北藏族自治州



西宁-玉树藏族自治州



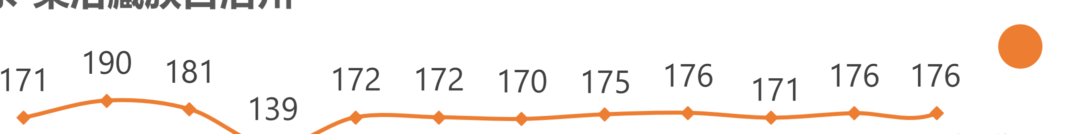
西宁-黄南藏族自治州



西宁-海南藏族自治州



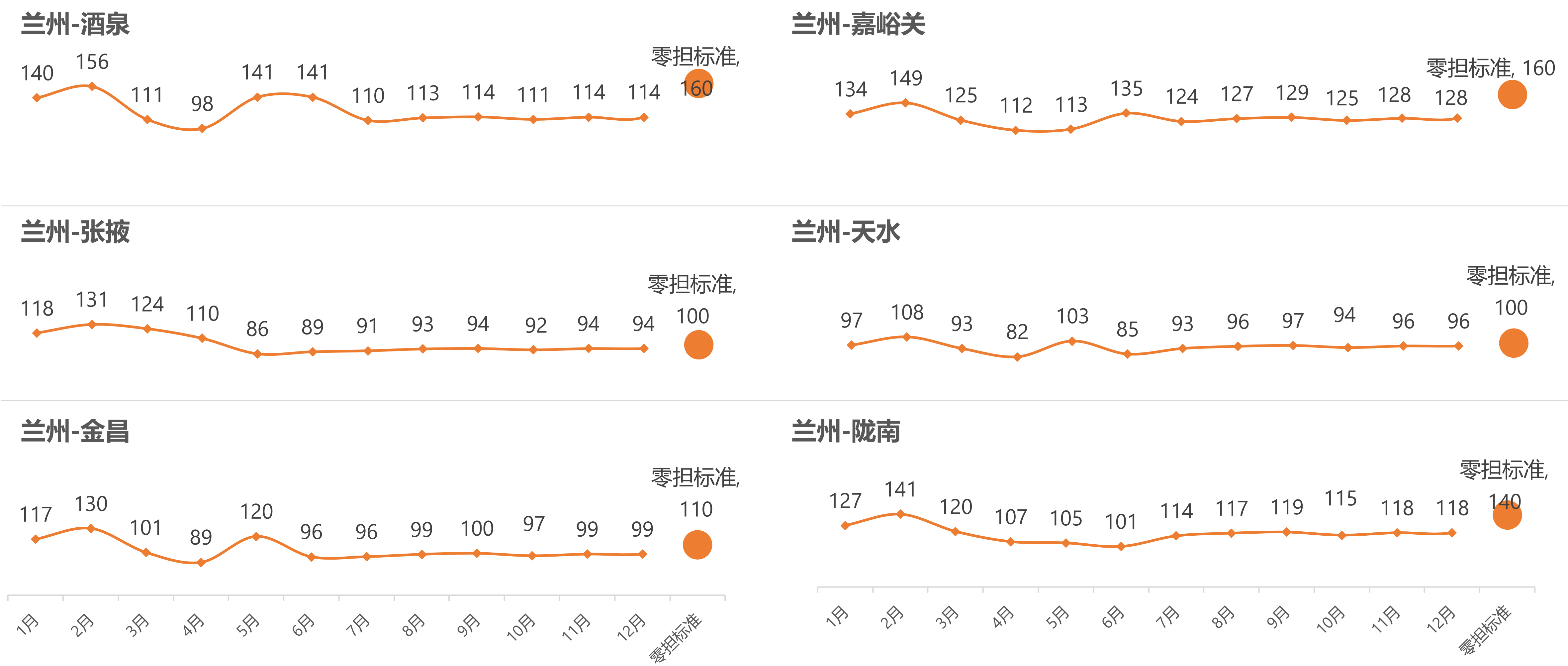
海东-果洛藏族自治州



单位：元/立方

甘肃-省内配送价格水平（轻货）

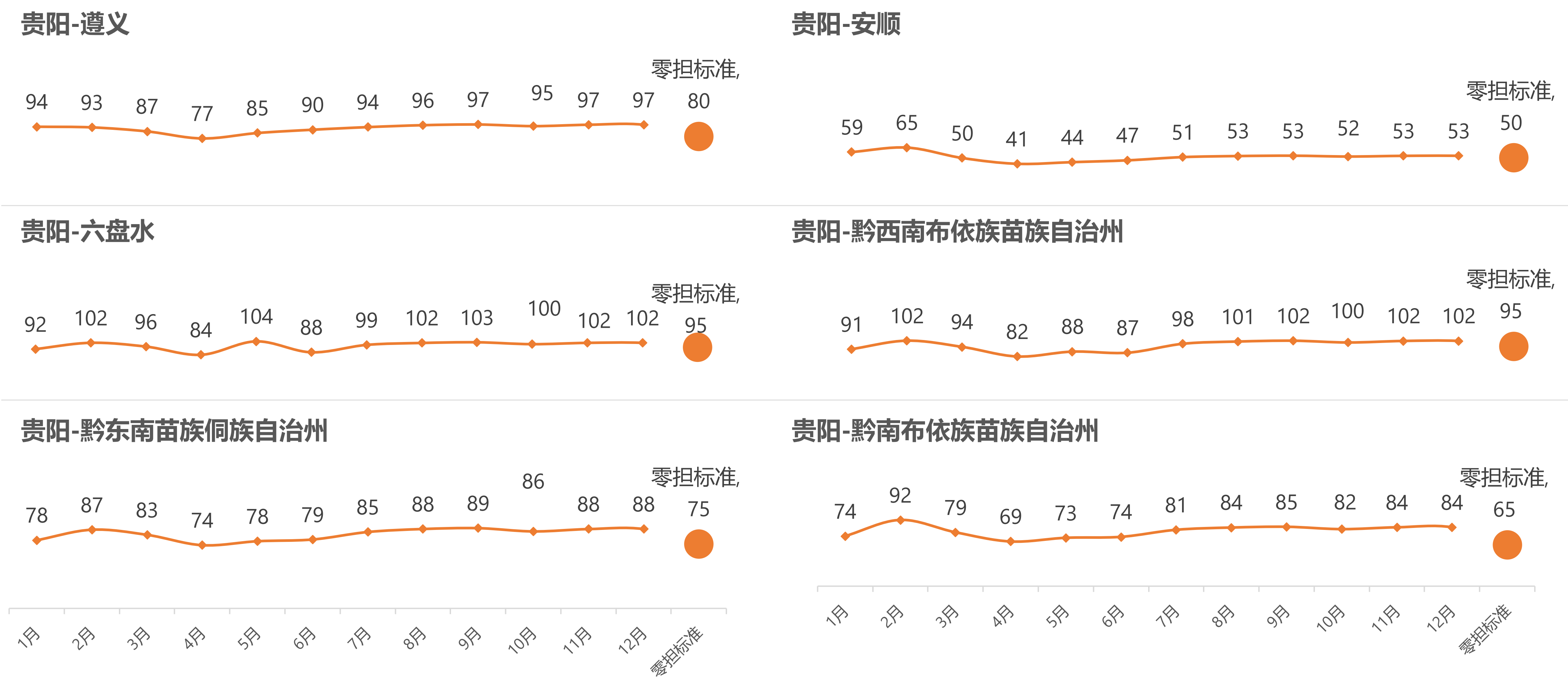
兰州至甘肃省内配送价格不一，但整体在3、4月份价格连续下滑，至张掖、陇南后续继续保持下滑态势，至其他城市5月价格回升。



单位：元/立方

贵州-省内配送价格水平（轻货）

贵阳至贵州省内配送价格整体保持平稳，Q3季度价格小幅上升，其中贵阳至安顺价格明显低于其他城市。

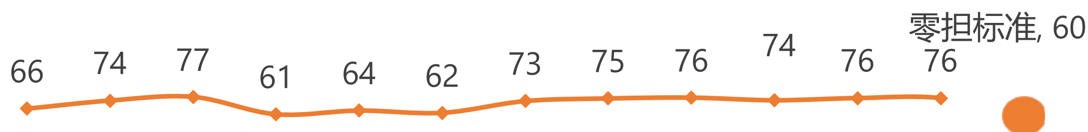


单位：元/立方

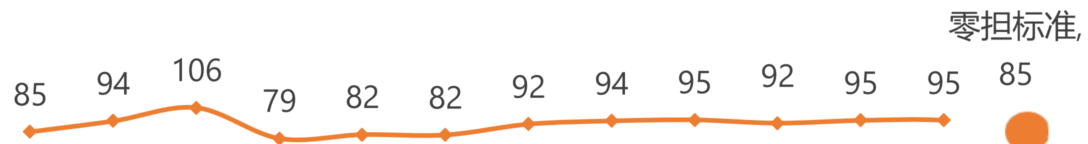
云南-省内配送价格水平（轻货）

昆明至云南省内配送价格除丽江外总体保持平稳，昆明至丽江Q1、Q2价格剧烈波动，Q3、Q4基本恢复稳定。

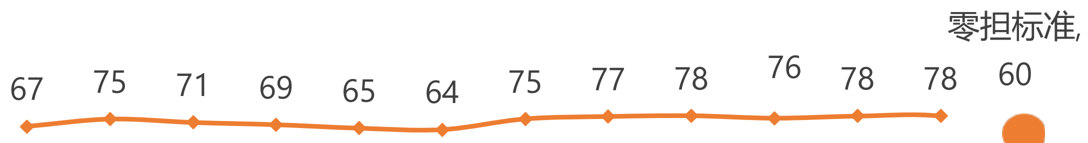
昆明-曲靖



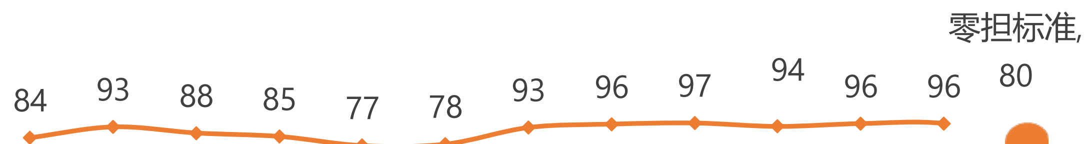
昆明-普洱



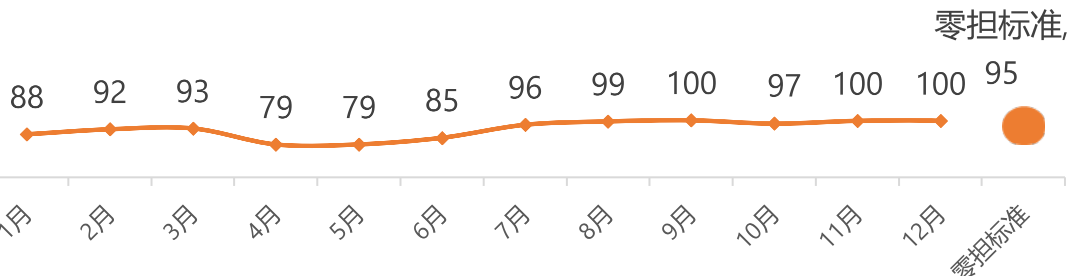
昆明-玉溪



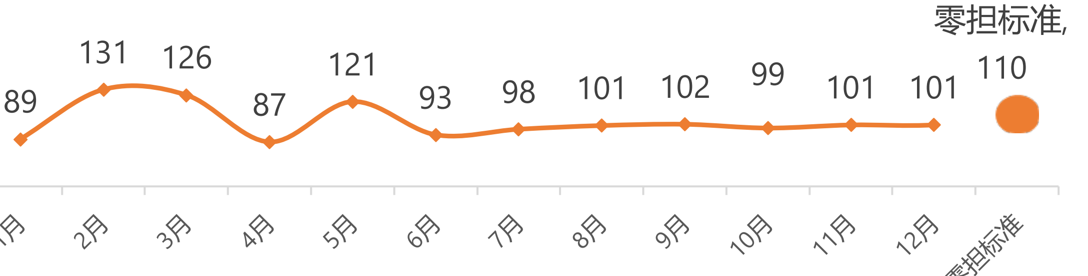
昆明-大理白族自治州



昆明-临沧



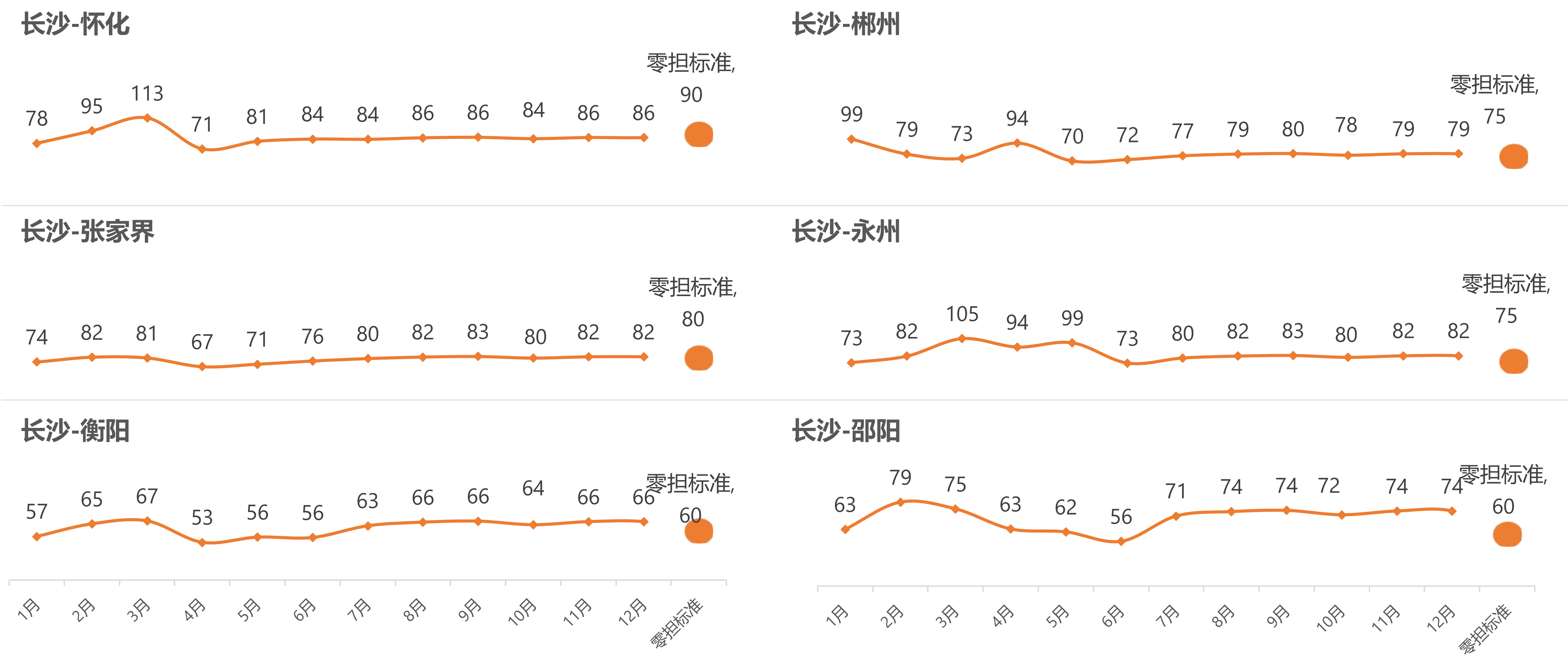
昆明-丽江



单位：元/立方

湖南-省内配送价格水平（轻货）

长沙至湖南省内配送价格不一，其中长沙至邵阳Q3、Q4季度价格明显提升，除张家界外至其他城市Q1、Q2小幅波动。

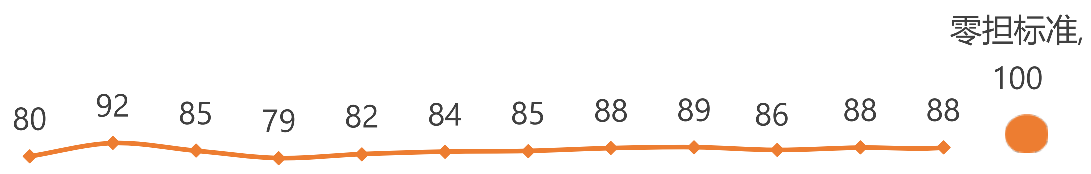


单位：元/立方

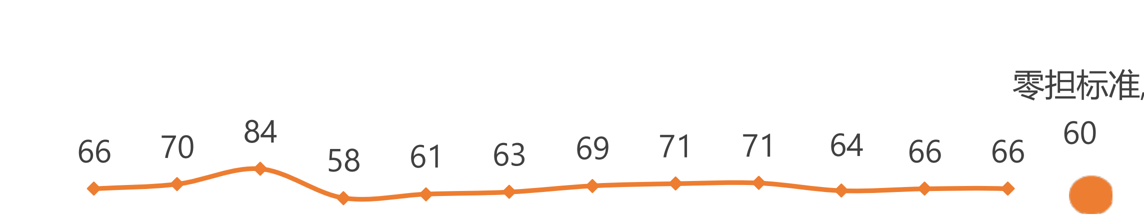
湖北-省内配送价格水平（轻货）

武汉至湖北省内配送价格整体保持平稳，其中武汉至荆州、荆门Q2、Q3波动较大，Q4基本恢复平稳。

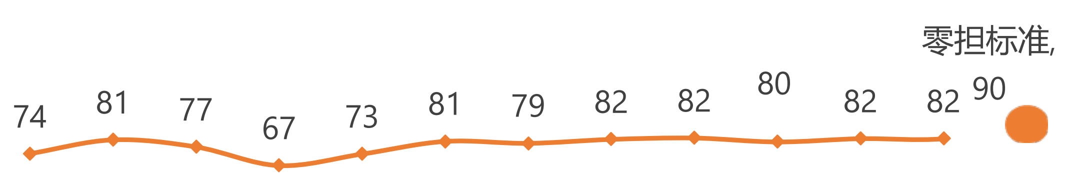
武汉-十堰



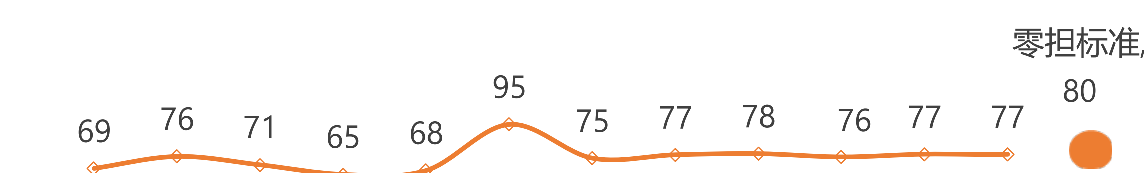
武汉-咸宁



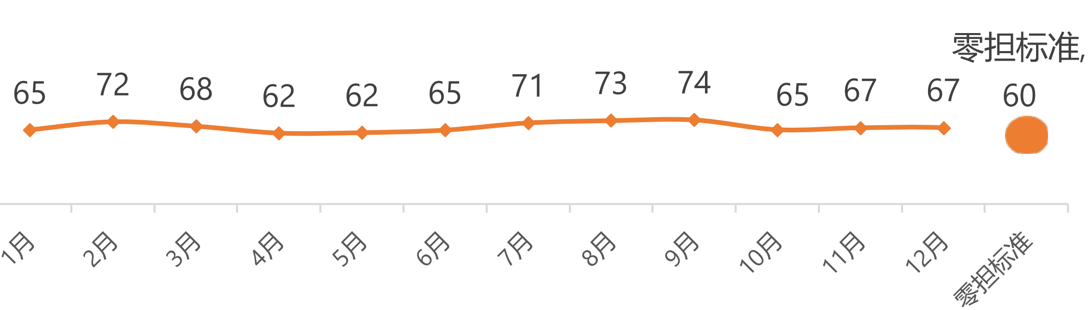
武汉-襄阳



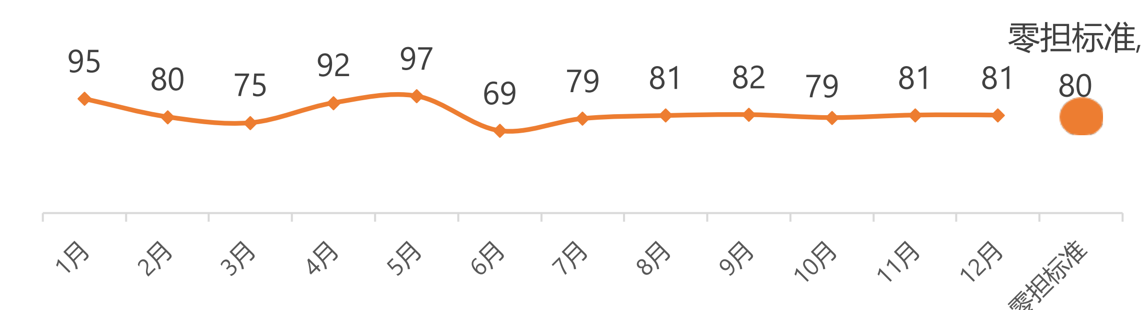
武汉-荆州



武汉-鄂州



武汉-荆门

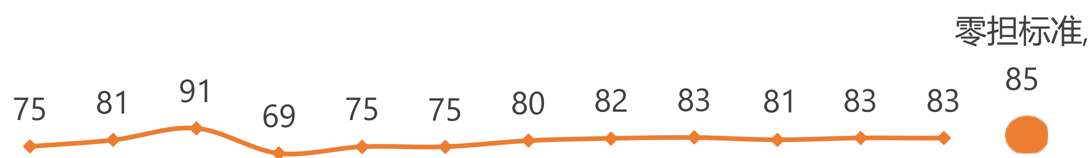


单位：元/立方

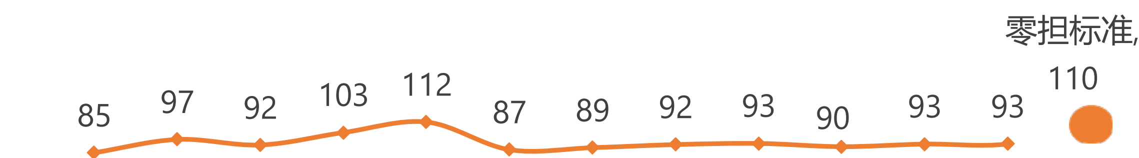
山东-省内配送价格水平（轻货）

济南至潍坊、聊城配送价格保持平稳，至青岛、烟台价格小幅波动；其中济南至菏泽配送价格Q3、Q4明显提升。

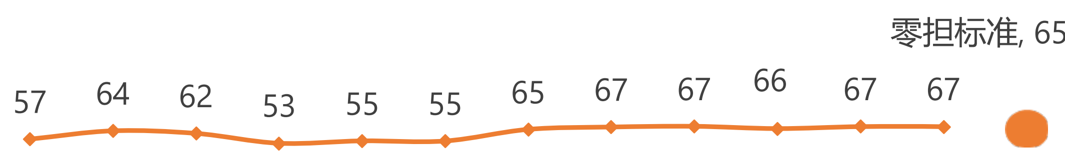
济南-青岛



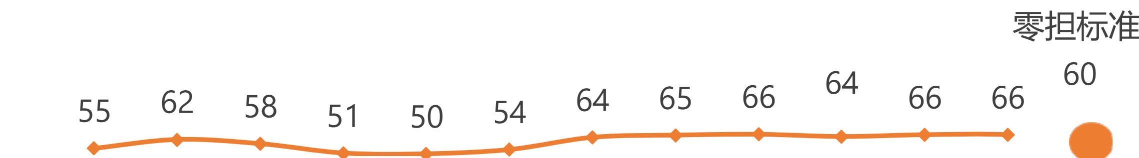
济南-烟台



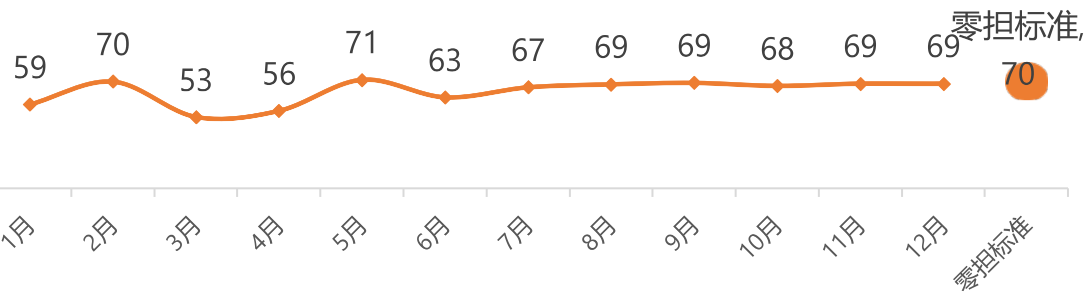
济南-潍坊



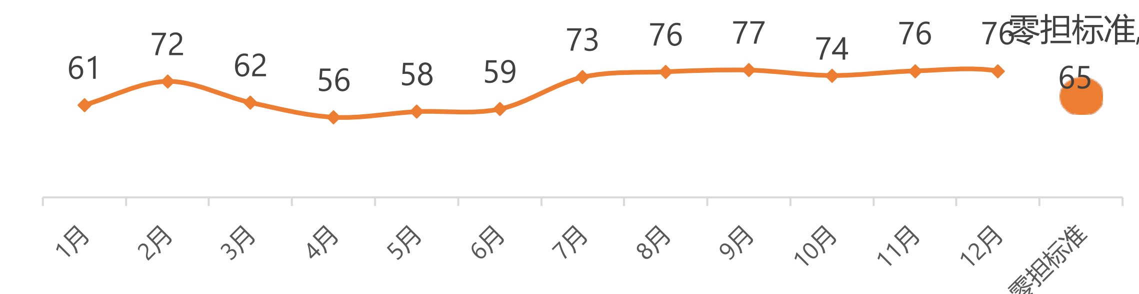
济南-聊城



济南-临沂



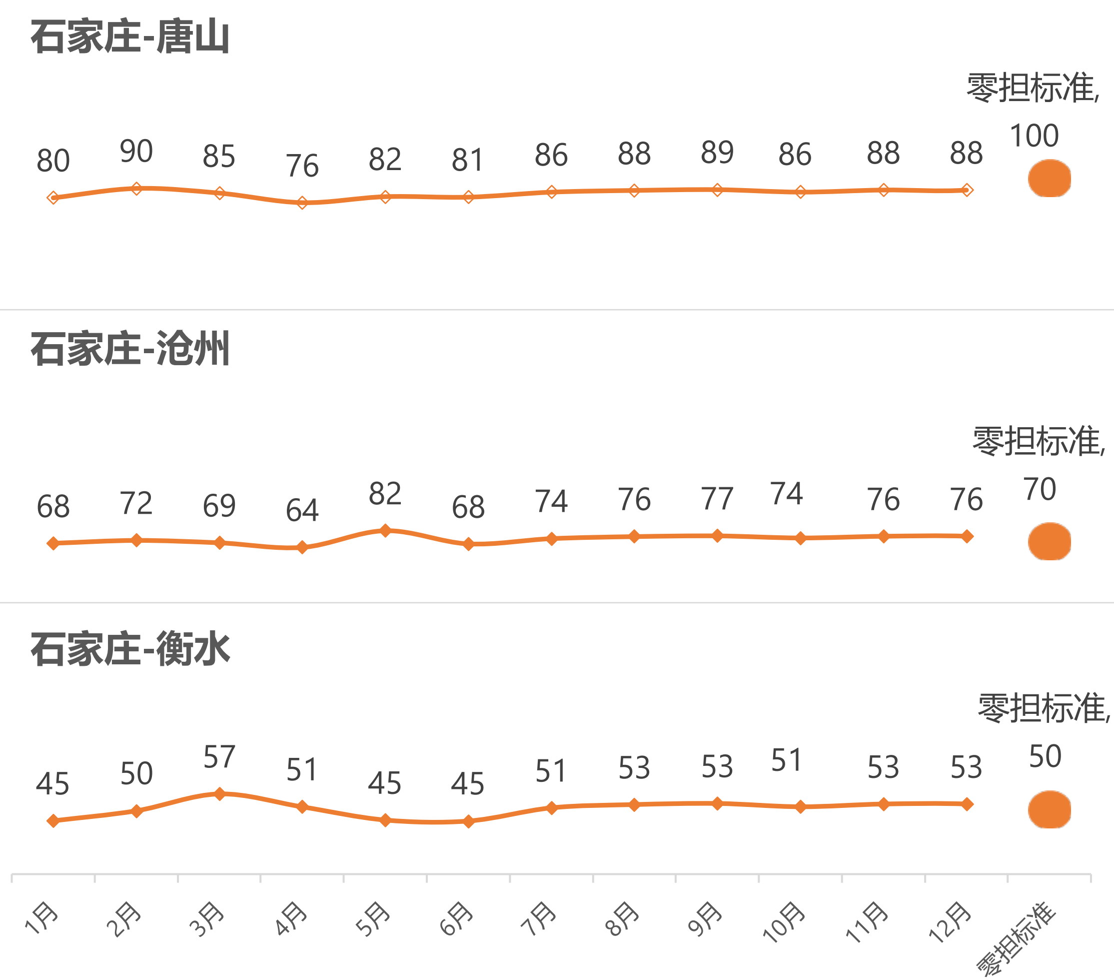
济南-菏泽

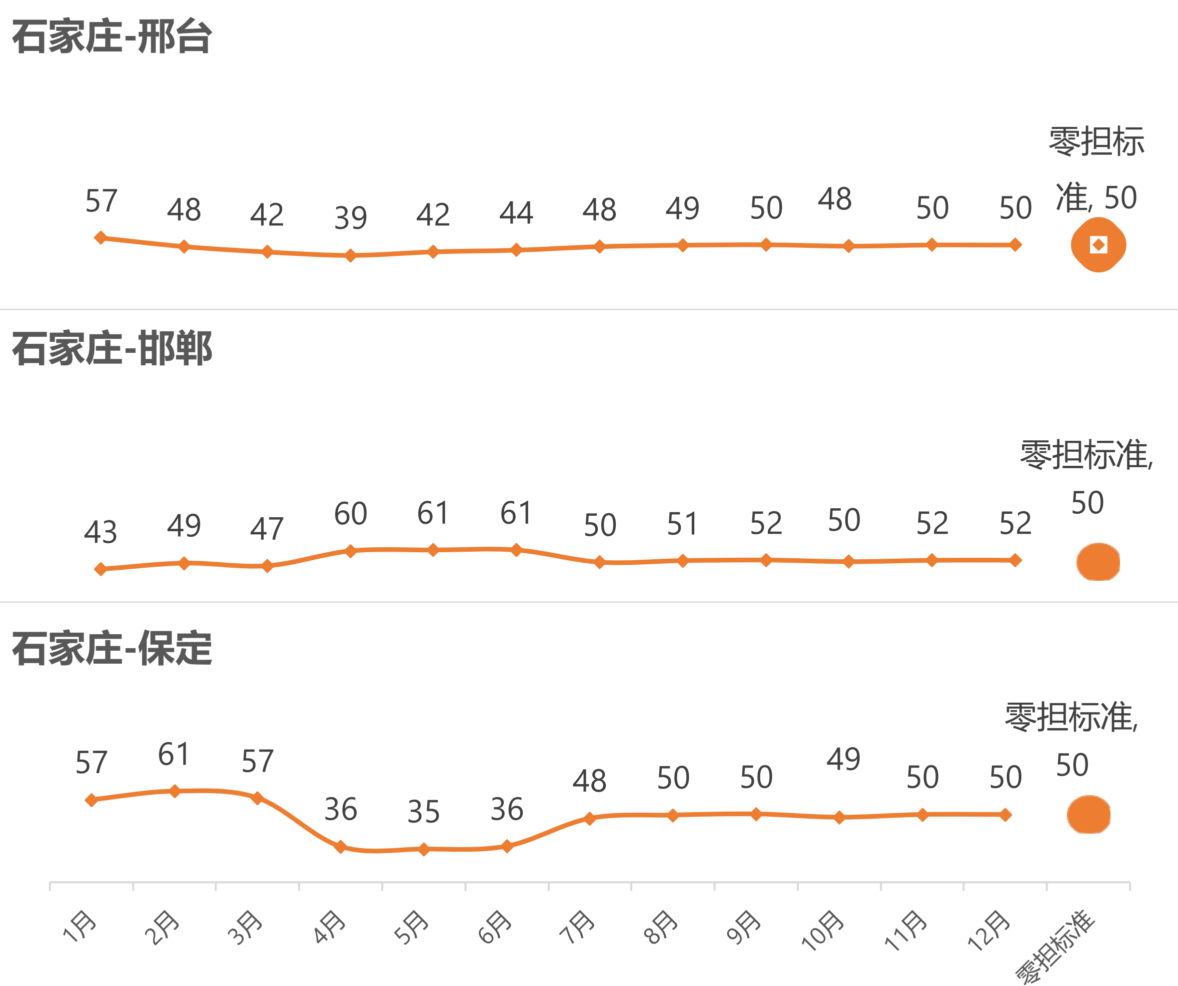


单位：元/立方

河北-省内配送价格水平（轻货）

石家庄至河北省内配送价格不一，其中石家庄至保定波动较大，Q2价格整体低于Q1、Q3季度平均价格。

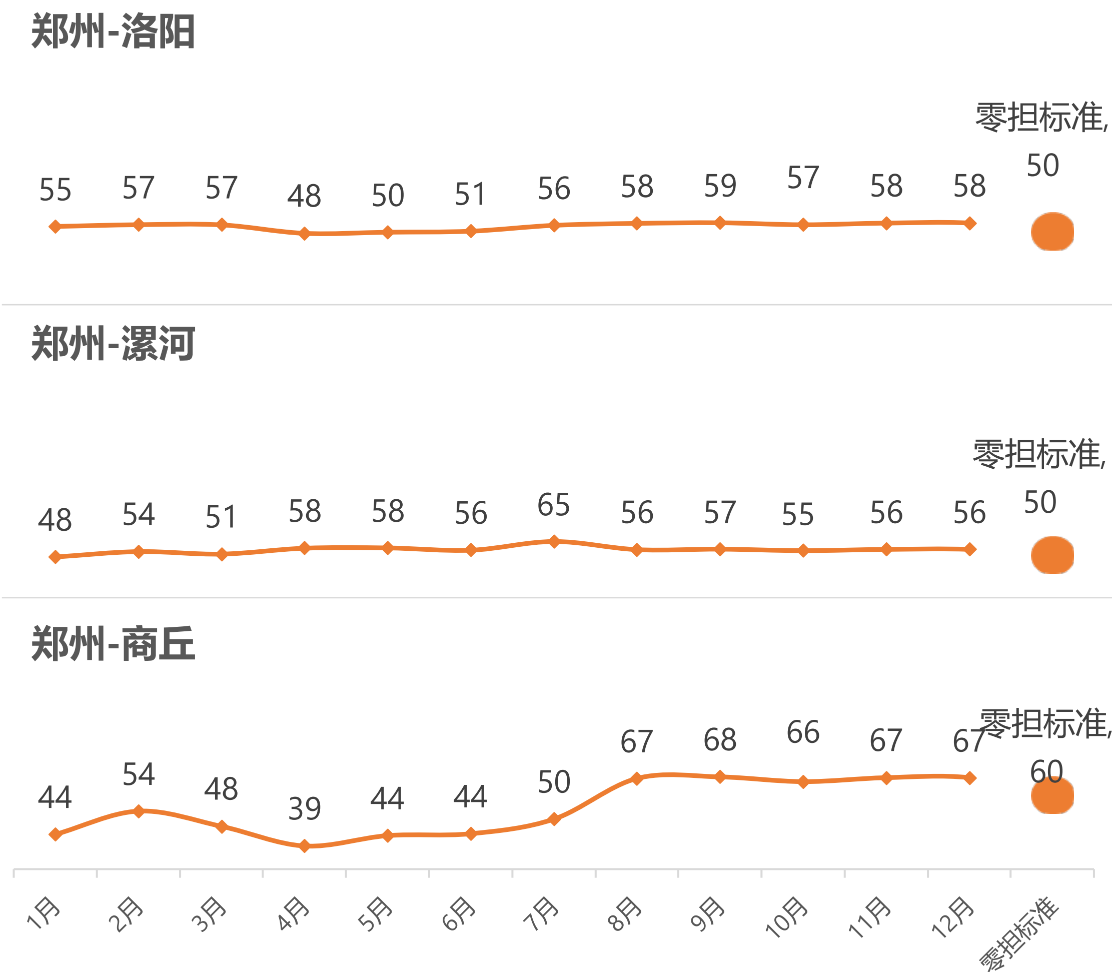


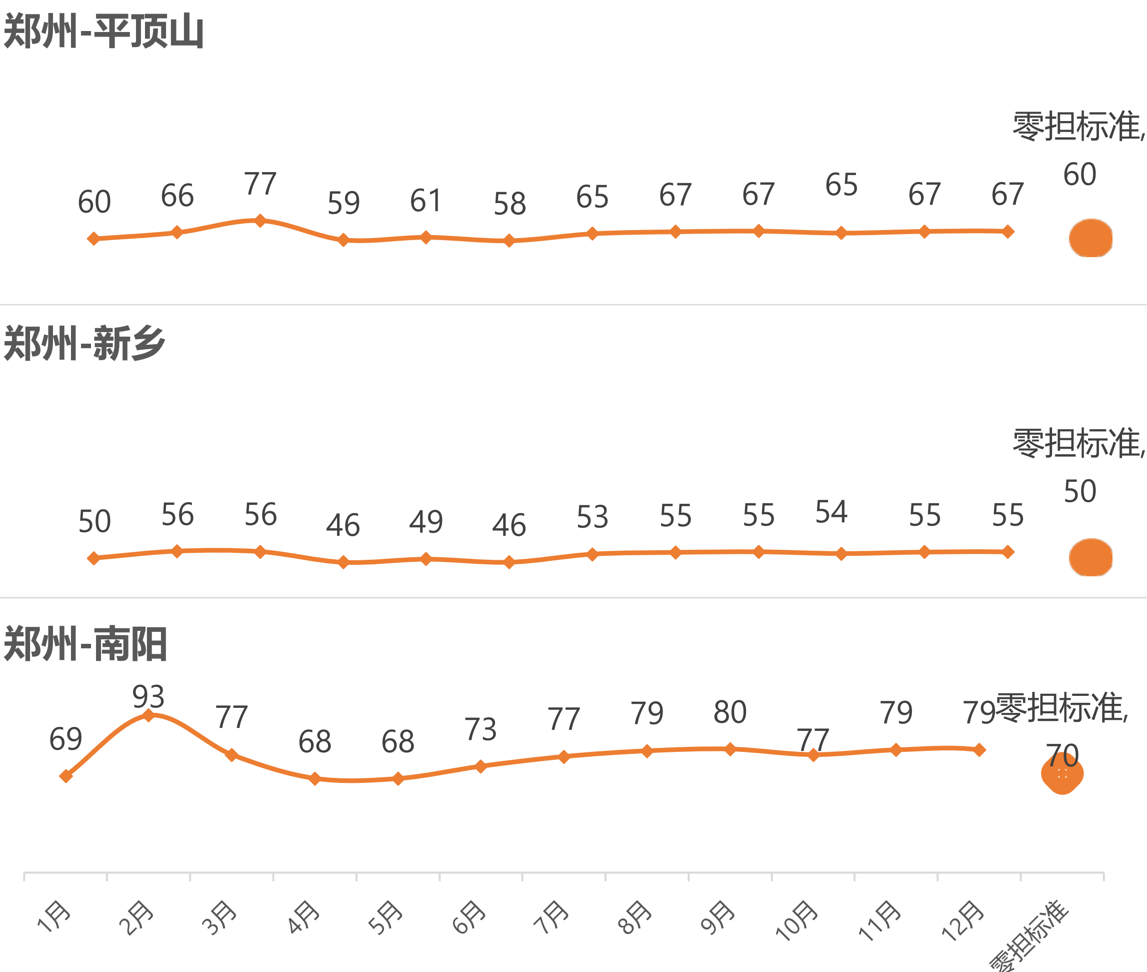


单位：元/立方

河南-省内配送价格水平（轻货）

郑州至河南省内配送价格价格不一，其中郑州至商丘、南阳Q3价格明显上升，商丘Q3、Q4上升幅度尤为显著。

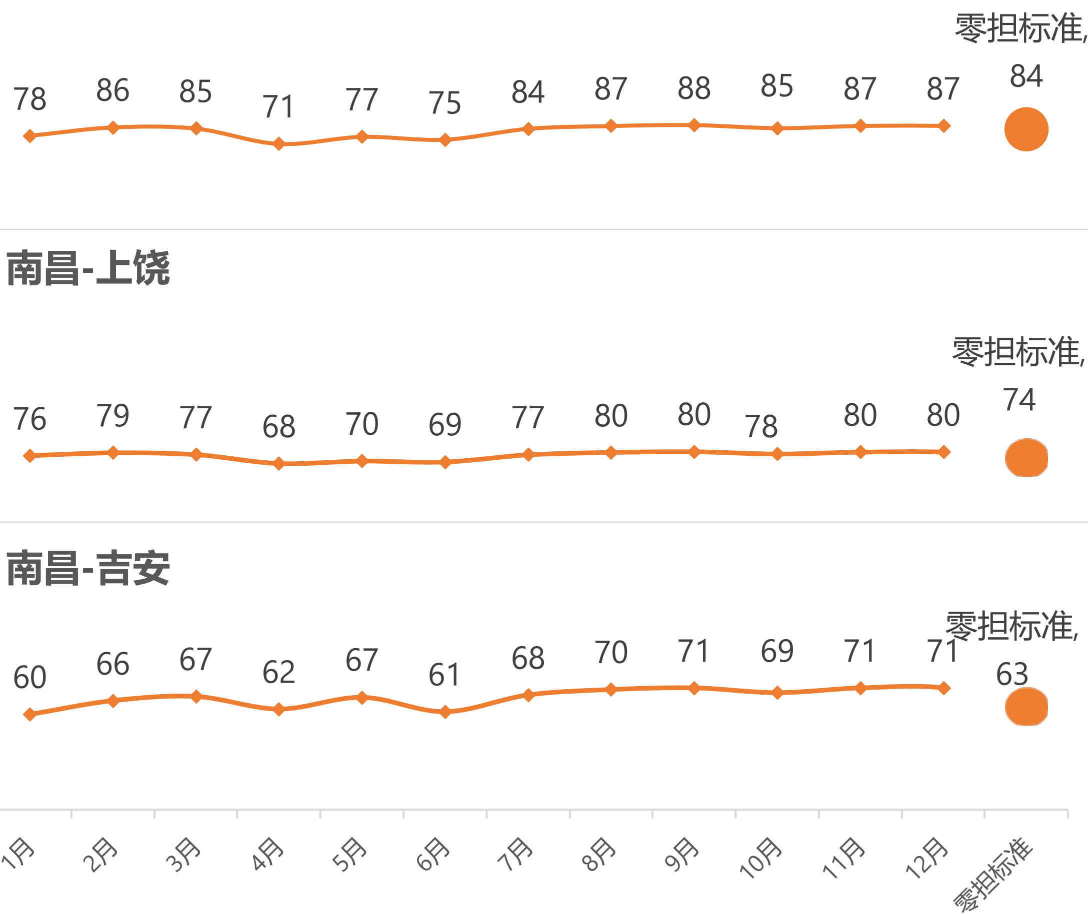


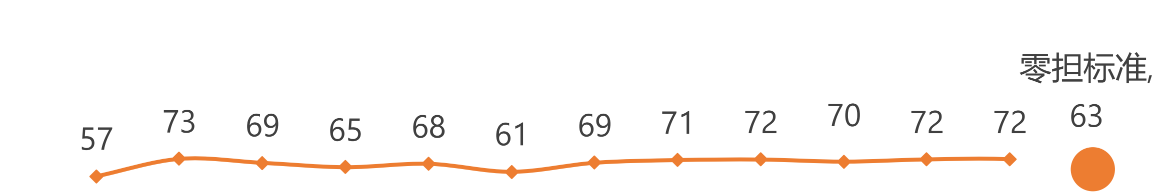


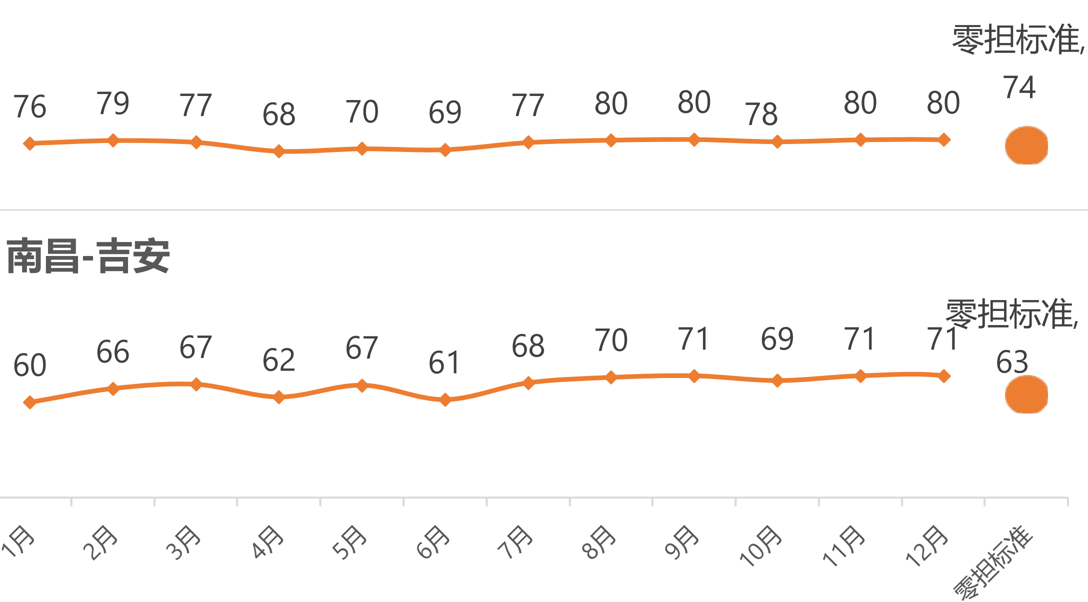
单位：元/立方

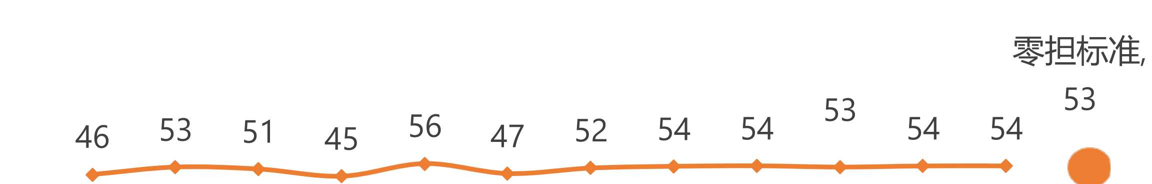
江西-省内配送价格水平（轻货）

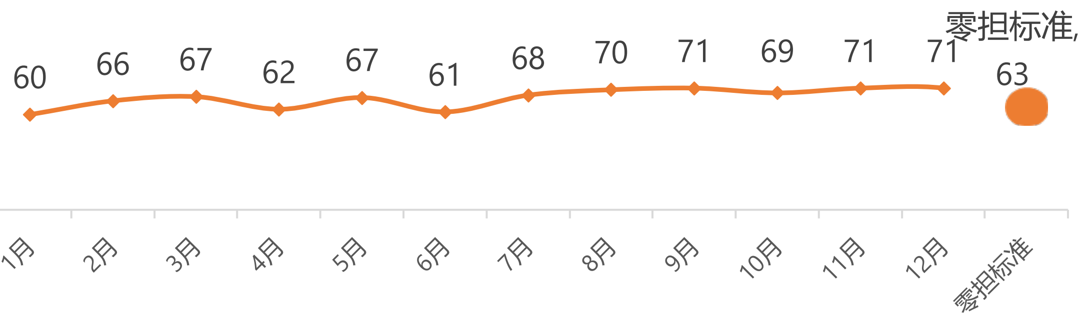
南昌至江西省内配送价格价格整体保持平稳，波动不大；其中南昌至吉安、鹰潭Q3、Q4价格明显上升。

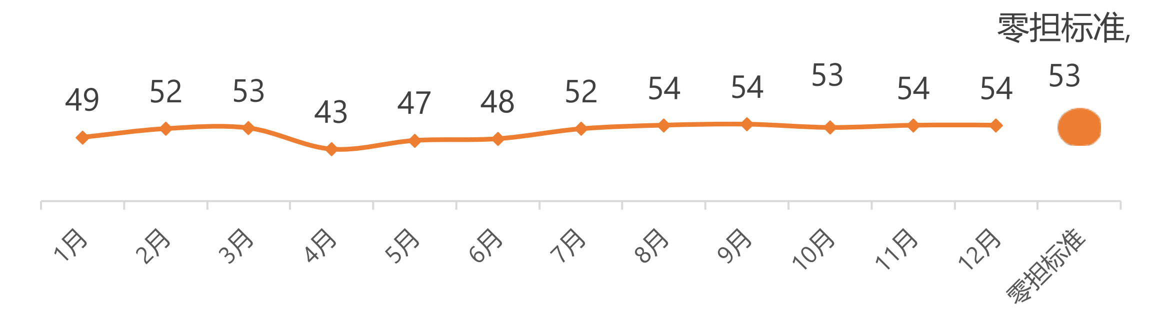








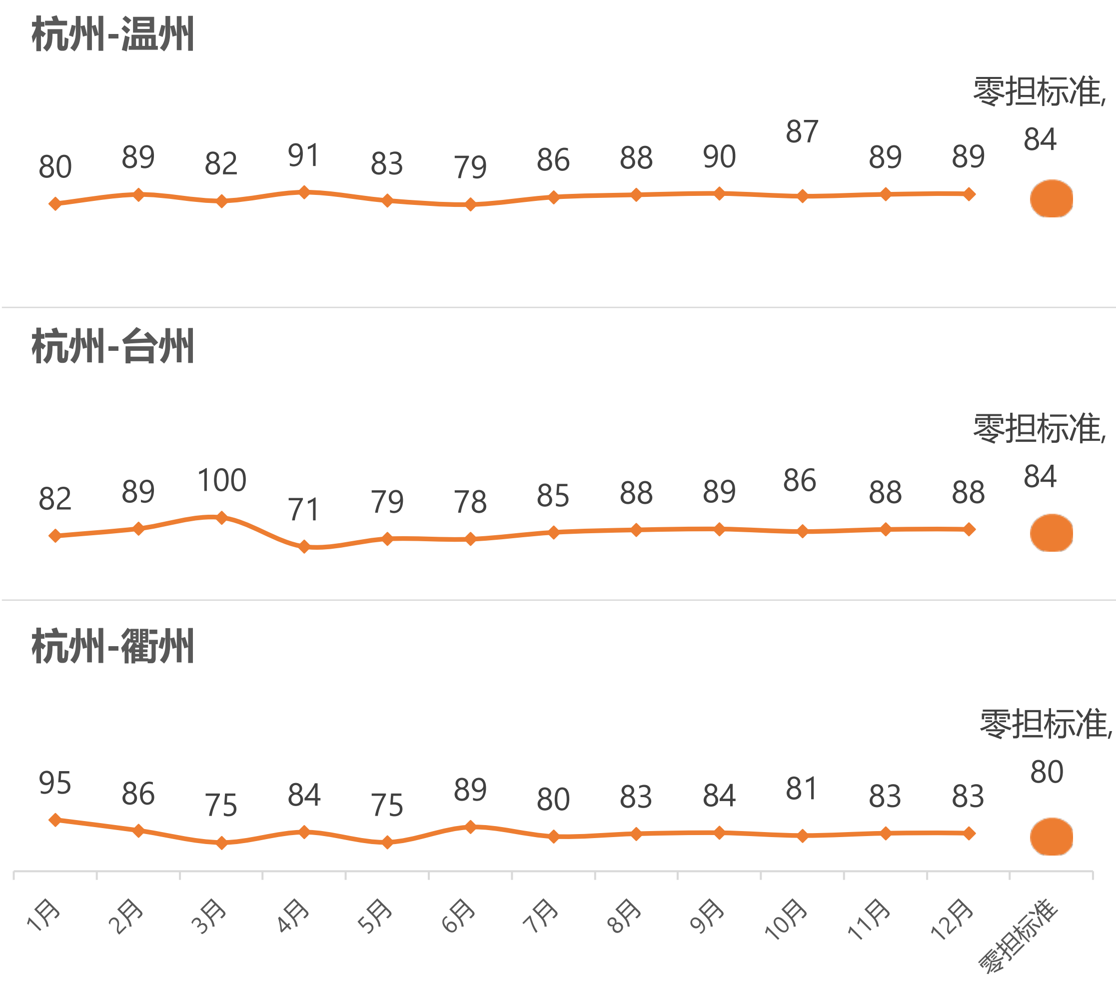


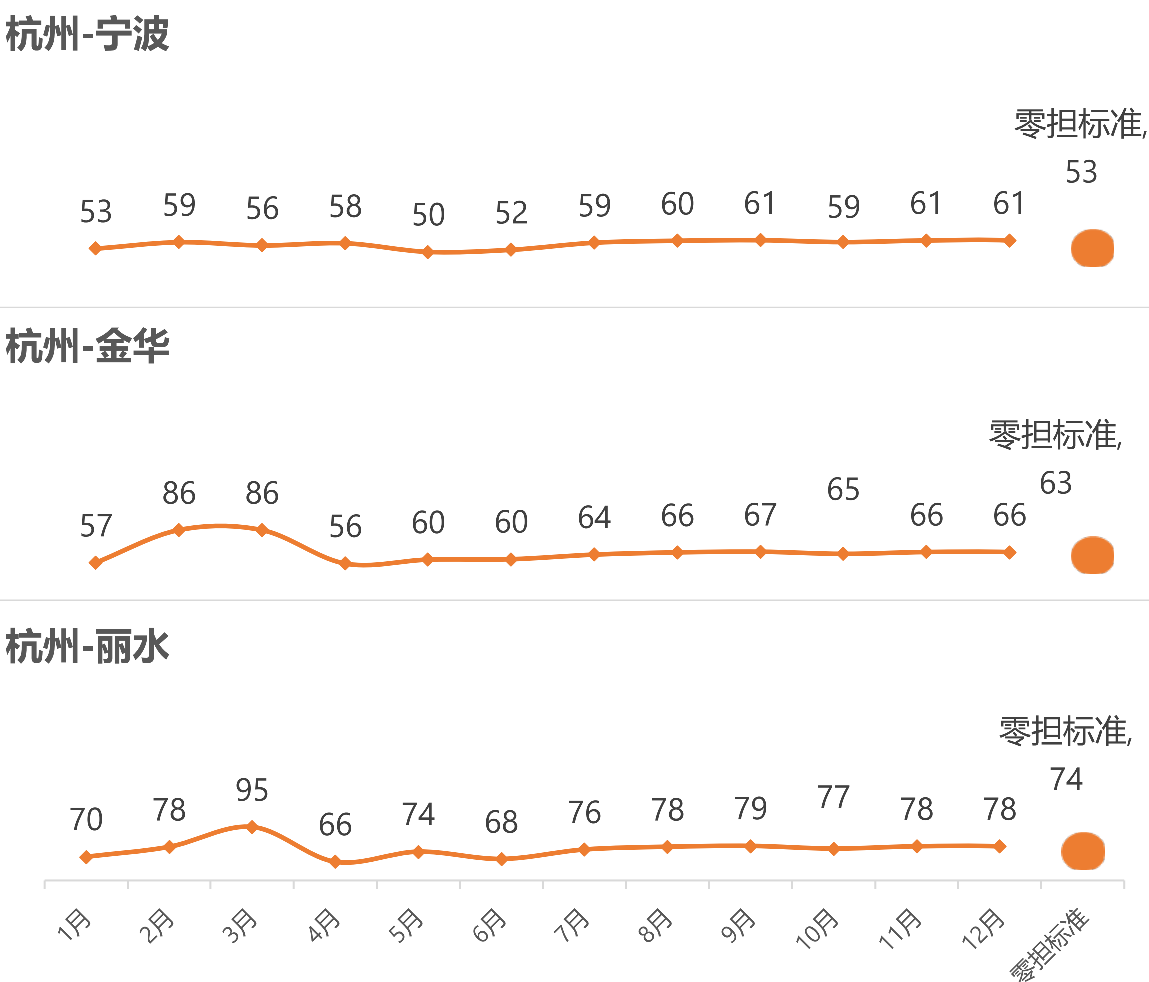


单位：元/立方

浙江-省内配送价格水平（轻货）

杭州至浙江省内配送价格整体较为平稳，其中杭州至台州、金华、衢州、丽水Q1季度明显波动，后三季度基本保持平稳。



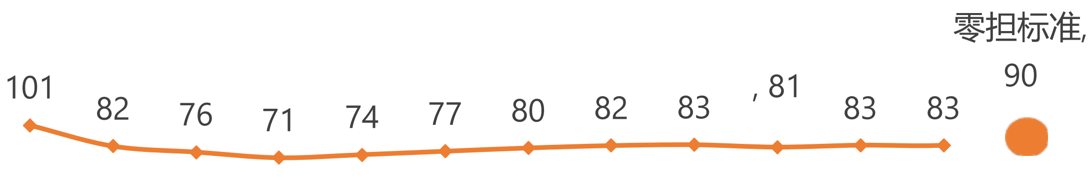


单位：元/立方

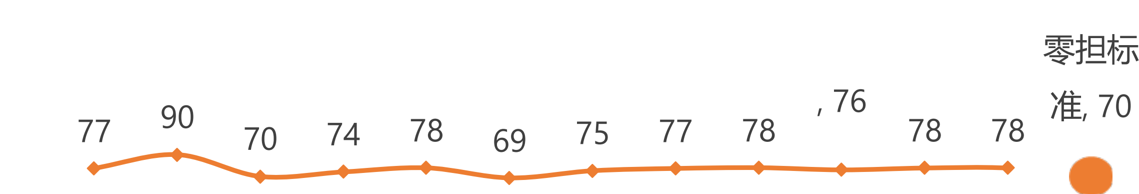
江苏-省内配送价格水平（轻货）

南京至江苏省内配送价格价格不一，其中南京至苏州、盐城小幅波动，南京至宿迁Q1季度保持平稳，Q2季度明显增长但Q3又快速回落。

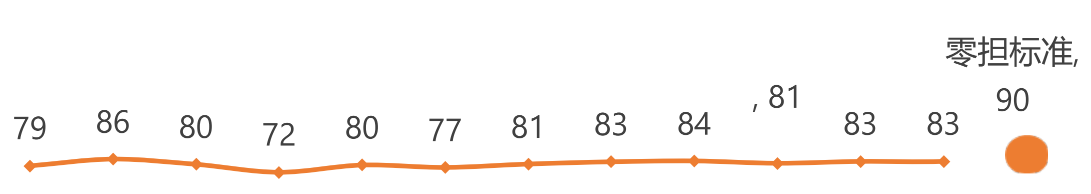
南京-徐州



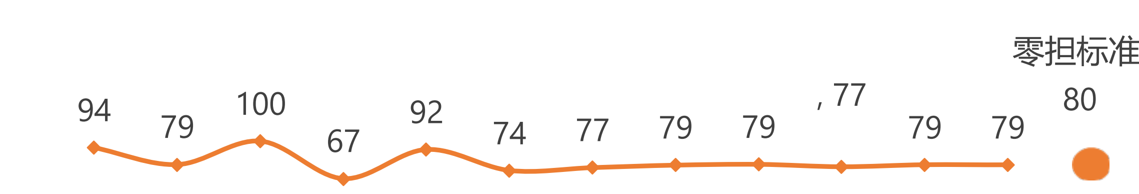
南京-常州



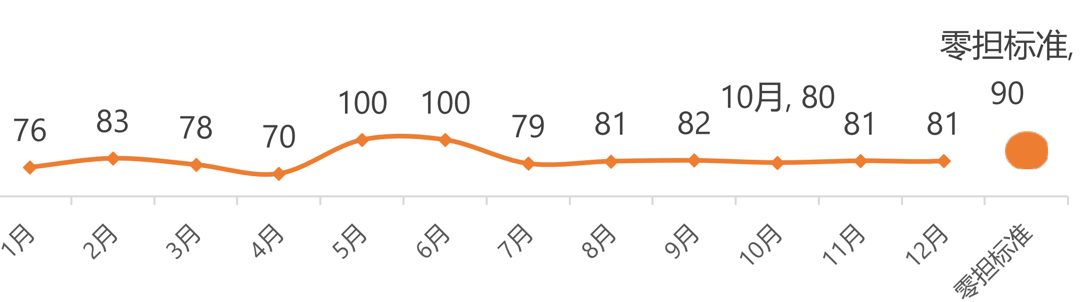
南京-南通



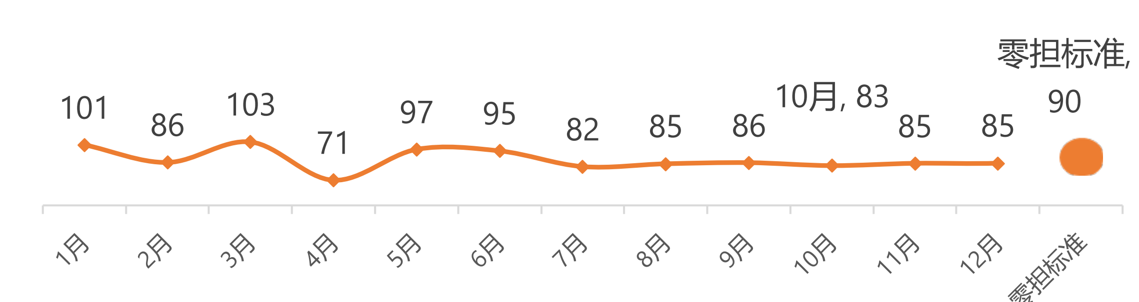
南京-苏州



南京-宿迁



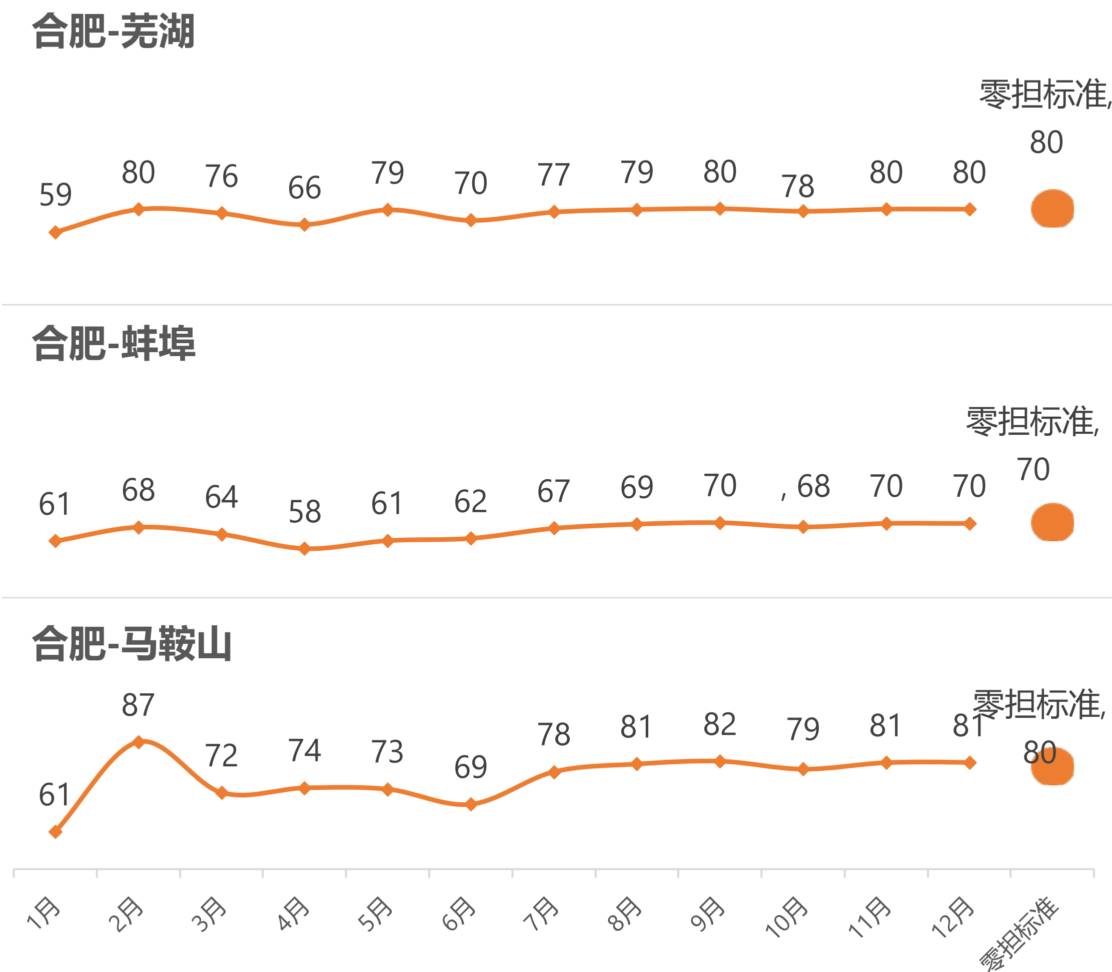
南京-盐城

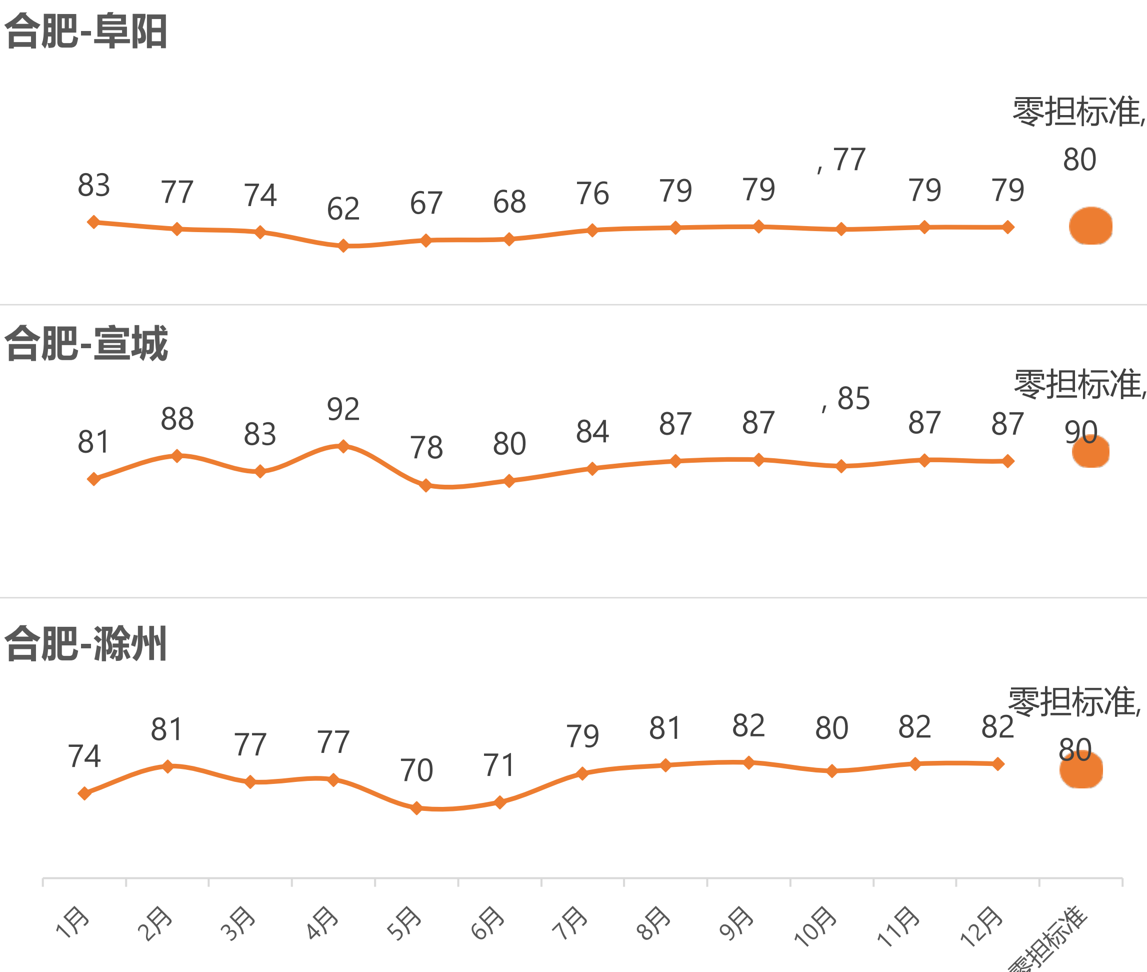


单位：元/立方

安徽-省内配送价格水平（轻货）

合肥至安徽省内配送价格整体保持平稳，部分线路如合肥至马鞍山、滁州Q3、Q4价格明显增长。

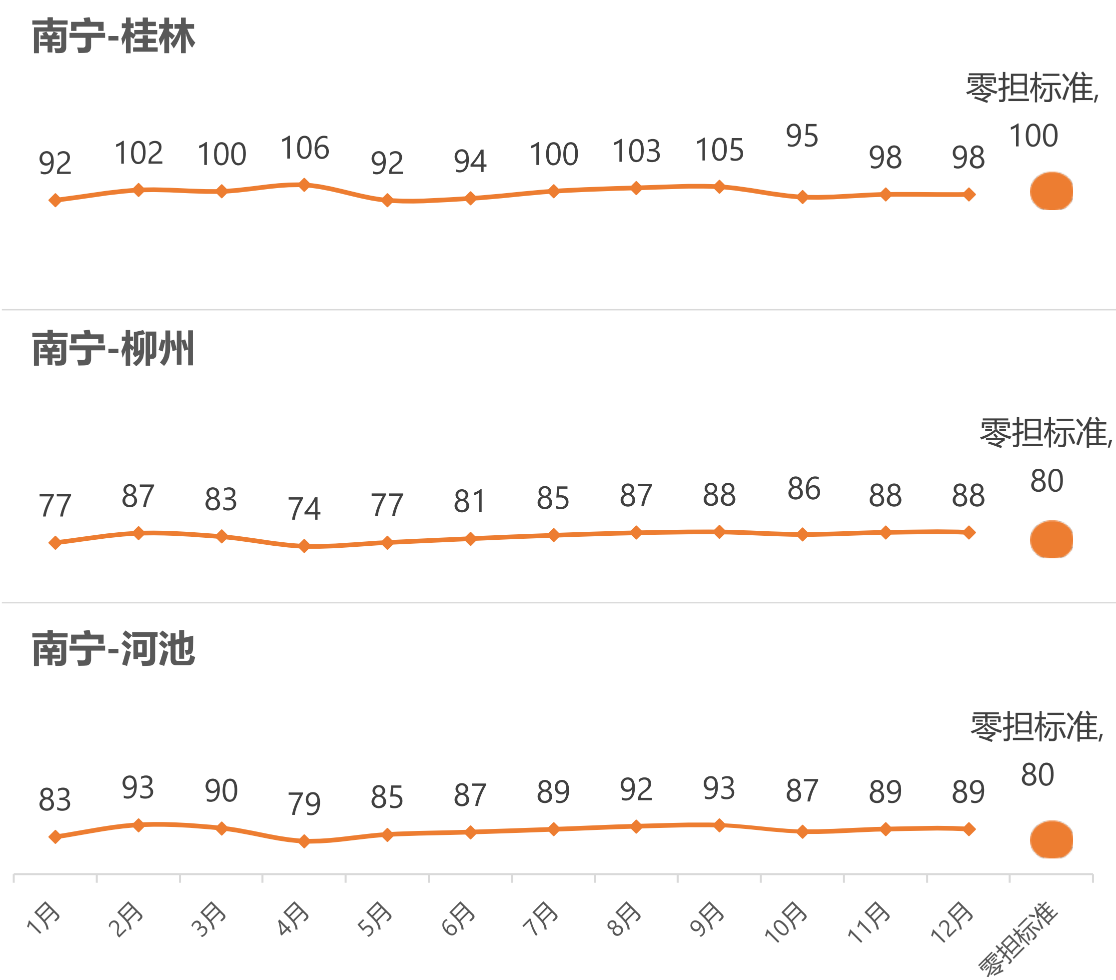


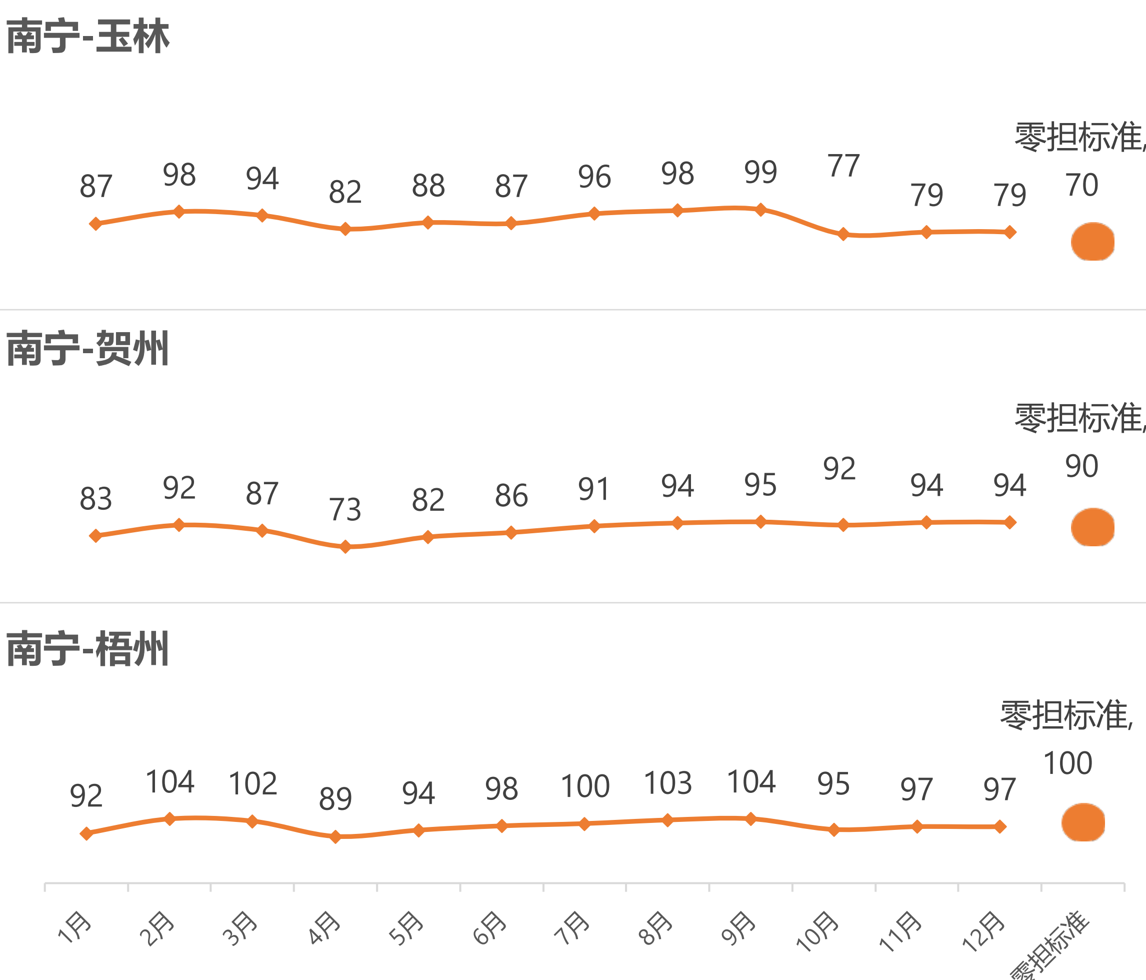


单位：元/立方

广西-区内配送价格水平（轻货）

南宁至广西区内配送价格整体保持平稳，波动性不大，其中南宁至玉林、梧州等地Q4价格略有所下滑。

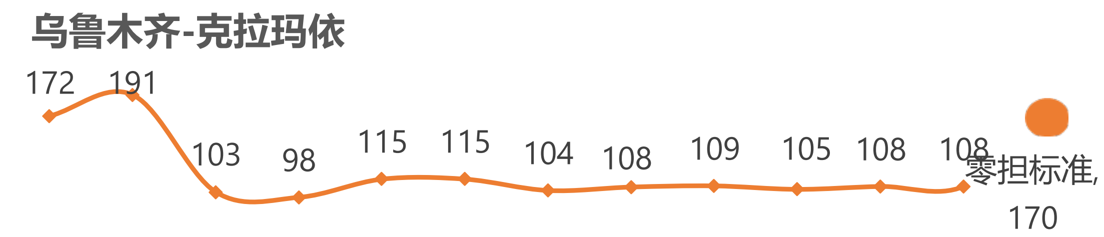


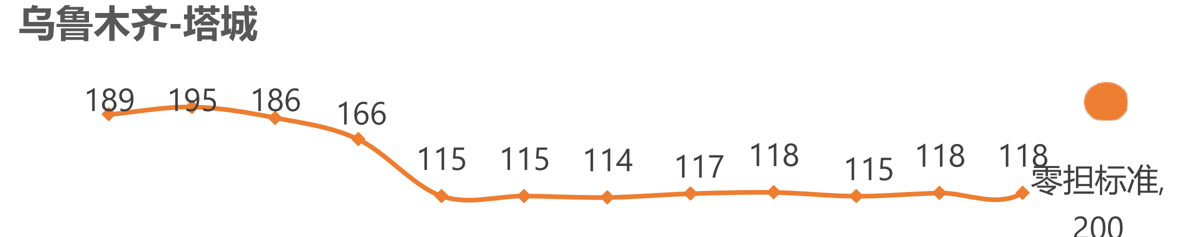


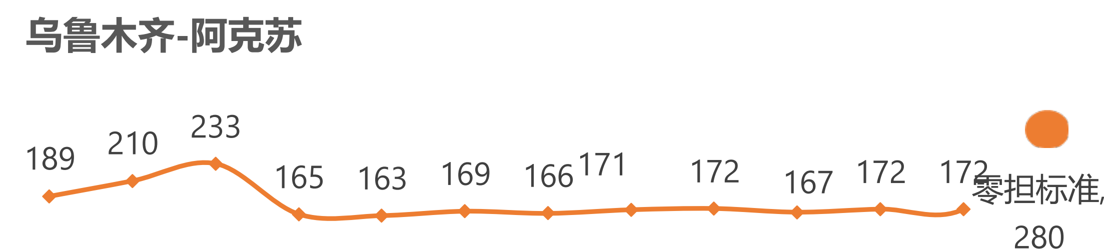
单位：元/立方

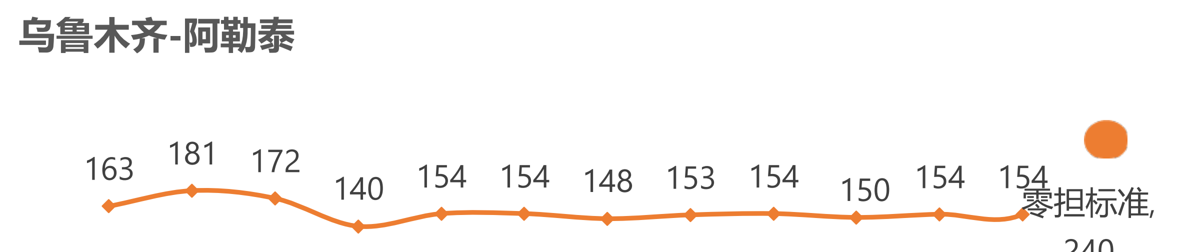
新疆维吾尔-自治区内配送价格水平（轻货）

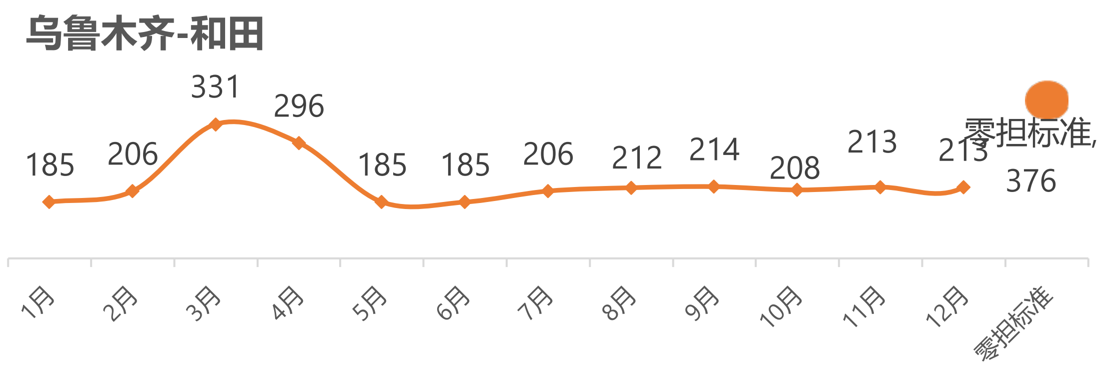
乌鲁木齐至新疆区内配送价格价格不一，其中乌鲁木齐至克拉玛依、塔城、阿克苏、和田的价格波动较大，Q1价格明显高于Q2，但Q3、Q4基本至各地价格保持平稳。

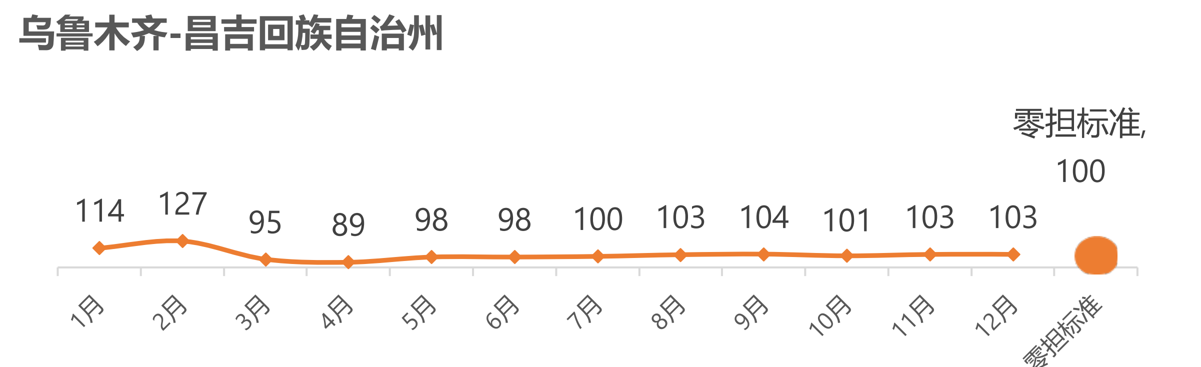










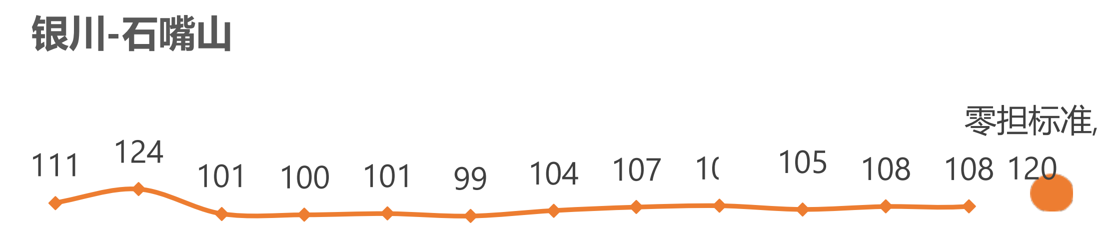


单位：元/立方

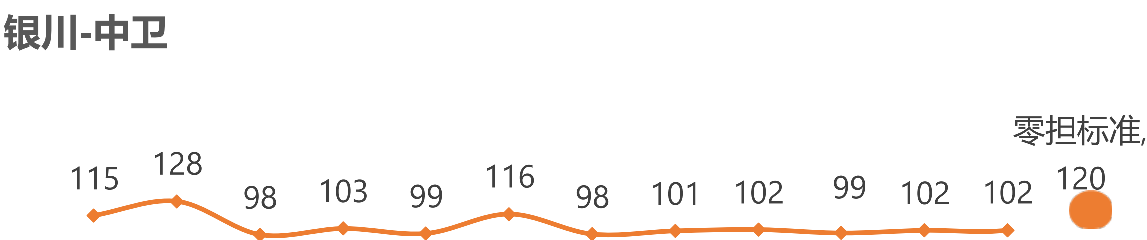
宁夏-区内配送价格水平（轻货）

银川至宁夏区内总体保持平稳，但是其中银川至固原的价格波动较大，主要体现在Q1，后三季度价格保持稳定。

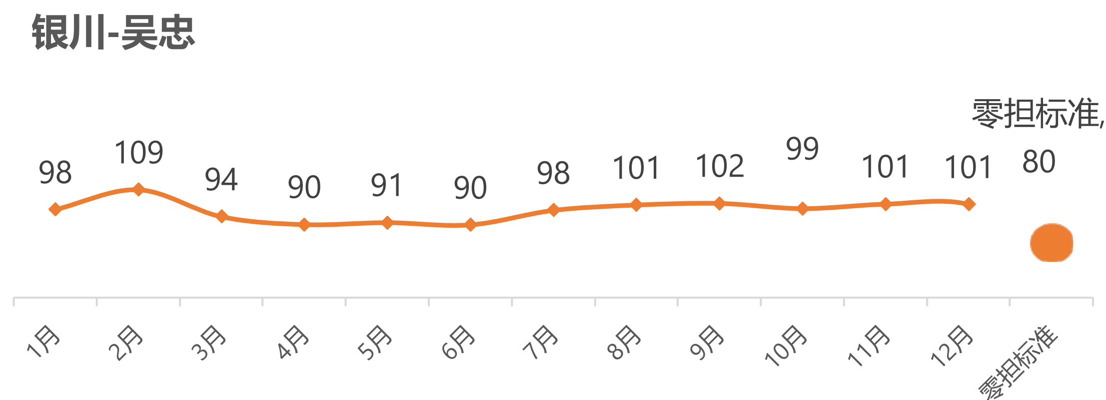
银川-石嘴山



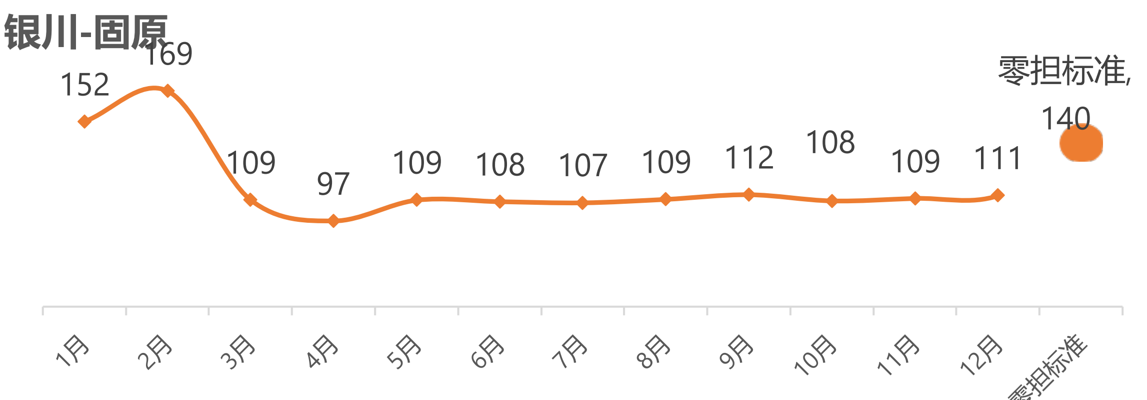
银川-中卫



银川-吴忠



银川-固原

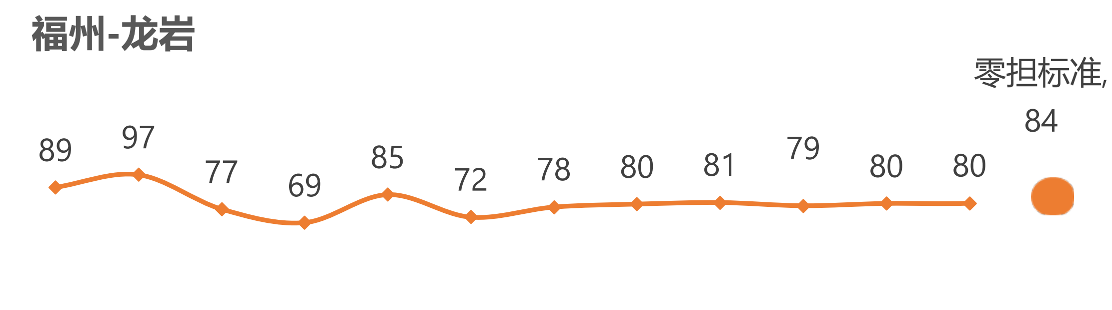


单位：元/立方

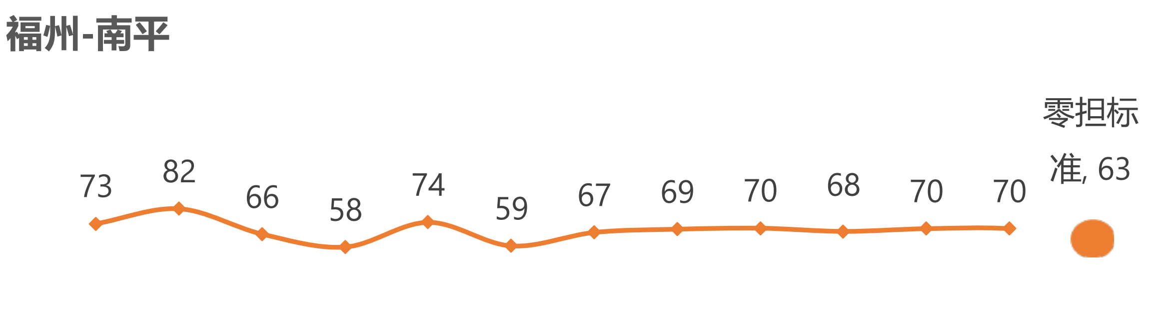
福建-省内配送价格水平（轻货）

福州至福建省内配送价格总体较为平稳，小幅波动且波动趋势基本趋于一致，Q3、Q4基本保持平稳。

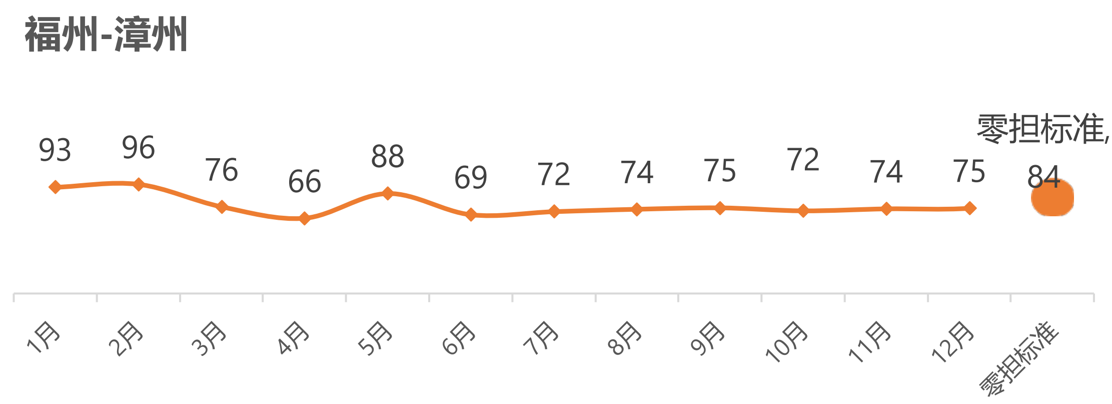
福州-龙岩



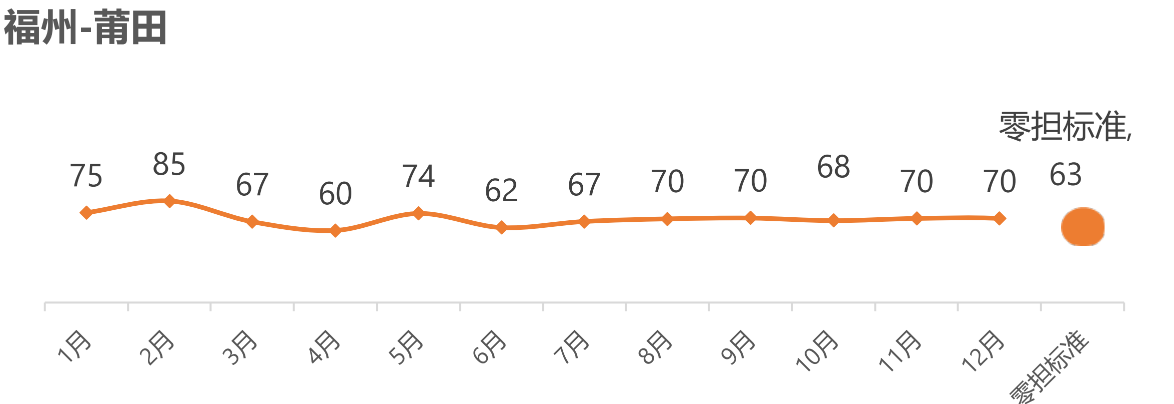
福州-南平



福州-漳州



福州-莆田



单位：元/立方

海南-省内配送价格水平（轻货）

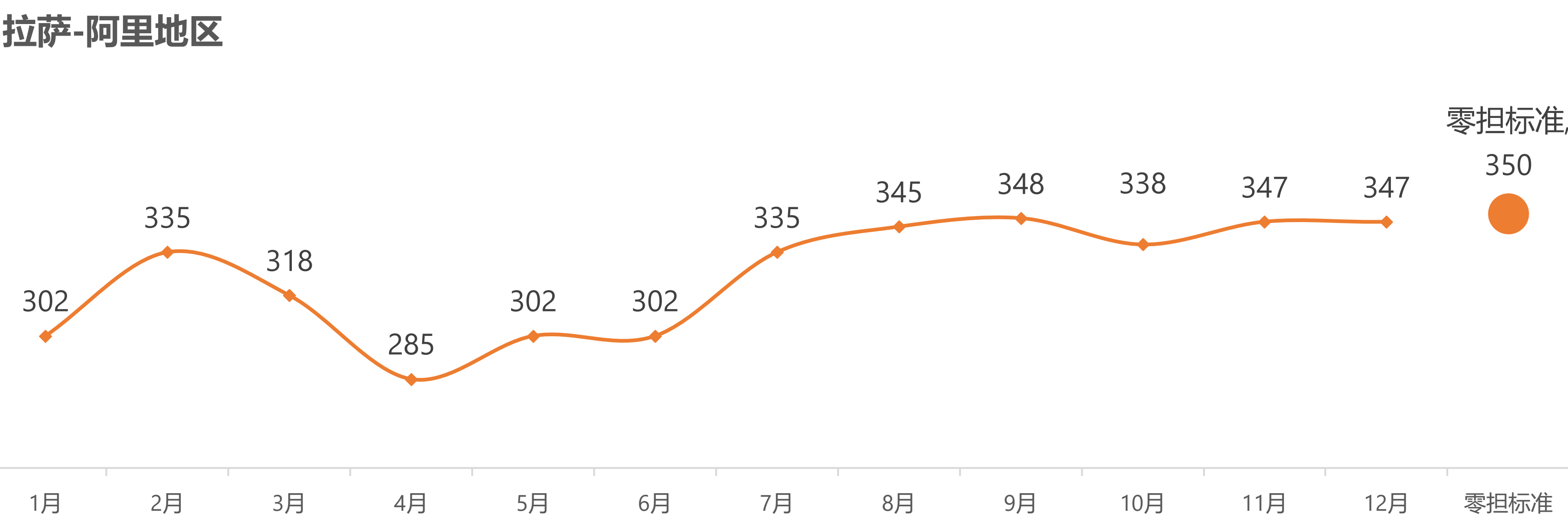
海口至三亚的价格波动较为平稳，整体波动幅度不大。



单位：元/立方

西藏-区内配送价格水平（轻货）

拉萨至阿里地区的价格总体偏高，且波动幅度较大，2月份明显增长并迅速回落，Q3整体价格持续走高、10月小幅回落但又迅速回复。



单位：元/立方